



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIEROS COMERCIALES

TÍTULO DEL PROYECTO
IMPACTO DE LA APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS EN INFORMÁTICA
EN EL DESARROLLO COMERCIAL DE LAS PYMES DEL CANTÓN
MILAGRO

Autores: Veloz Carrión Gustavo Xavier
Veloz Carrión Ricardo Manuel

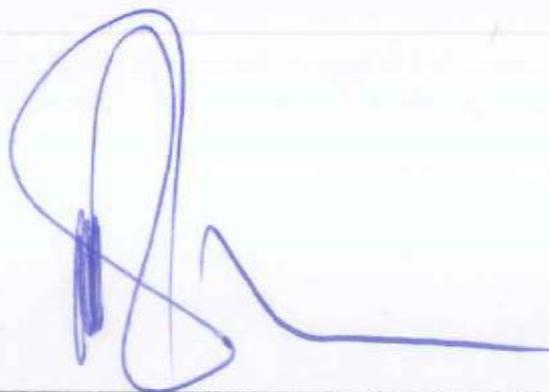
Tutor: MSc. Loor Briones Walter Victoriano

Milagro, JUNIO 2016
ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por los estudiantes Veloz Carrión Gustavo Xavier y Veloz Carrión Ricardo Manuel, para optar al título de Ingeniería Comercial y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 05 días del mes de noviembre de 2015

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large loop followed by a horizontal line extending to the right.

MSc. Loor Briones Walter Victoriano

C.I. 0907285092

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, 08 de junio del 2016



Gustavo Xavier Veloz Carrión

C.I. 0925981920



Ricardo Manuel Veloz Carrión

C.I. 0929360675

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El tribunal calificador previo a la obtención del título de INGENIERIA COMERCIAL, otorga al presente proyecto de investigación al Sr. **VELOZ CARRIÓN GUSTAVO XAVIER** las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA []

DEFENSA ORAL []

TOTAL []

EQUIVALENTE []



PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



PROFESOR DELEGADO



PROFESOR SECRETARIO

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

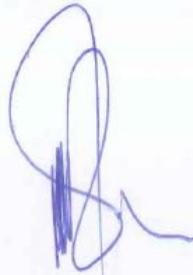
El tribunal calificador previo a la obtención del título de INGENIERIA COMERCIAL, otorga al presente proyecto de investigación al Sr. **VELOZ CARRIÓN RICARDO MANUEL** las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA []

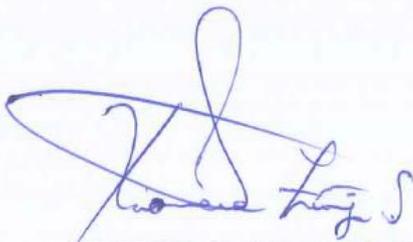
DEFENSA ORAL []

TOTAL []

EQUIVALENTE []



PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



PROFESOR DELEGADO



PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedicamos a nuestros padres a Manuel Humberto Veloz y Nancy del Rocío Carrión Cherrez que reciban este homenaje que les debemos por el amor que nos brindaron, por la confianza y el apoyo que nunca nos faltó, por ser nuestros amigos, porque son el espejo de nuestras vidas y porque a través de ustedes nos acercamos a Dios.

Gustavo Xavier Veloz Carrión

Ricardo Manuel Veloz Carrión

AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud a nuestro tutor MSc. Walter Isaac Loor Mendoza y a nuestros padres: Manuel Humberto Veloz y Nancy del Rocío Carrión Cherez, por hacer posible el cumplimiento de esta meta, porque nos enseñaron a no darse por vencido y por confiar en nuestros proyectos.

Además, también agradezco a mi hermano Jonathan Humberto Veloz Carrión por ser nuestro amigo y compañero en nuestro camino de la vida, por creer en nuestros sueños y compartirlos.

Gustavo Xavier Veloz Carrión

Ricardo Manuel Veloz Carrión

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer la entrega de la Cesión de Derecho del Autor del trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro título de tercer nivel, cuyo tema fue **“Impacto de la aplicación de tecnologías en informática en el desarrollo comercial de las PYMES del cantón Milagro.”**, y que corresponde a la Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales.



Gustavo Xavier Veloz Carrión

C.I. 0925981920



Ricardo Manuel Veloz Carrión.

C.I. 0929360675

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-----------|
| CAPÍTULO I | 3 |
| 1. EL PROBLEMA | 3 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 3 |
| 1.1.1 Problematización..... | 3 |
| 1.1.2 Delimitación del Problema..... | 6 |
| 1.1.3 Formulación del Problema..... | 6 |
| 1.1.4 Sistematización del Problema..... | 6 |
| 1.1.5 Determinación del tema..... | 6 |
| 1.2 OBJETIVOS | 7 |
| 1.2.1 Objetivo General..... | 7 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos | 7 |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN | 7 |
| 1.3.1 Justificación de la investigación..... | 7 |
| CAPÍTULO II | 9 |
| 2. MARCO REFERENCIAL | 9 |
| 2.1 MARCO TEÓRICO | 9 |
| 2.1.1 Antecedentes Históricos | 9 |
| 2.1.2 Antecedentes Referenciales..... | 13 |
| 2.1.3 FUNDAMENTACIÓN | 18 |
| 2.1.3.1 Fundamentación científica..... | 18 |
| 2.2 MARCO LEGAL | 25 |
| 2.3 MARCO CONCEPTUAL | 33 |
| 2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES | 35 |
| 2.4.1 Hipótesis General..... | 35 |
| 2.4.2 Hipótesis Particulares..... | 35 |
| 2.4.3 Declaraciones de Variables | 36 |
| 2.4.4 Operacionalización de las variables..... | 37 |
| CAPÍTULO III | 40 |
| 3. MARCO METODOLÓGICO | 40 |
| 3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN | 40 |
| 3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA | 41 |
| 3.2.1 Característica de la población | 41 |
| 3.2.2 Delimitación de la población | 41 |
| 3.2.3 Tipo de muestra..... | 41 |
| 3.2.4 Tamaño de la muestra..... | 42 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 3.2.5 | Proceso de selección | 43 |
| 3.3 | LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS | 43 |
| 3.3.1 | Métodos Teóricos..... | 43 |
| 3.3.2 | Métodos empíricos | 43 |
| 3.3.3 | Técnicas e instrumentos | 43 |
| 3.4 | EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN | 44 |
| CAPÍTULO IV..... | | 45 |
| 4. | ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS..... | 45 |
| 4.1 | ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL | 45 |
| 4.2 | ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS..... | 46 |
| 4.2.1 | Resultados de la entrevista efectuada a propietario de pymes | 60 |
| 4.3 | RESULTADOS | 63 |
| 4.4 | VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS..... | 65 |
| CAPÍTULO V..... | | 66 |
| 5. | PROPUESTA | 66 |
| 5.1 | TEMA..... | 66 |
| 5.2 | FUNDAMENTACIÓN | 66 |
| 5.3 | JUSTIFICACIÓN | 67 |
| 5.4 | OBJETIVO | 69 |
| 5.4.1 | Objetivo General..... | 69 |
| 5.4.2 | Objetivos Específicos | 69 |
| 5.5 | UBICACIÓN..... | 69 |
| 5.6 | FACTIBILIDAD..... | 70 |
| 5.6.1 | Factibilidad Administrativa..... | 70 |
| 5.6.2 | Factibilidad Legal | 71 |
| 5.6.3 | Factibilidad Técnica | 71 |
| 5.7 | DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA | 71 |
| 5.7.1 | Actividades | 73 |
| 5.7.2 | Recursos, análisis financiero..... | 80 |
| 5.7.3 | Impacto | 82 |
| 5.7.4 | Cronograma..... | 84 |
| 5.7.5 | Lineamiento para evaluar la propuesta | 85 |
| 6. | CONCLUSIONES..... | 86 |
| 7. | RECOMENDACIONES..... | 87 |
| Bibliografía | | 88 |
| ANEXO 1: Análisis de plagio..... | | 93 |

| | |
|---|-------------------|
| <i>ANEXO 2: Formato de las encuestas</i> | <i>94</i> |
| <i>ANEXO 3: Formato de las entrevistas.....</i> | <i>96</i> |
| <i>ANEXO 4: Figuras de las encuestas.....</i> | <i>98</i> |
| <i>ANEXO 5: Figuras de las entrevistas</i> | <i>100</i> |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|-----------|
| <i>Cuadro 1. Declaración de variables.....</i> | <i>36</i> |
| <i>Cuadro 2. Operacionalización de las variables.....</i> | <i>37</i> |
| DATOS DEL ENCUESTADO | |
| <i>Cuadro 3. Por Género.....</i> | <i>46</i> |
| <i>Cuadro 4. Nivel de Instrucción.....</i> | <i>47</i> |
| <i>Cuadro 5. Edad.....</i> | <i>48</i> |
| Pregunta 1 | |
| <i>Cuadro 6. Sectorización.....</i> | <i>49</i> |
| Pregunta 2 | |
| <i>Cuadro 7. Tiempo del Negocio.....</i> | <i>50</i> |
| Pregunta 3 | |
| <i>Cuadro 8. Personal que Administra</i> | <i>51</i> |
| Pregunta 4 | |
| <i>Cuadro 9. Comportamiento del Negocio</i> | <i>52</i> |
| Pregunta 5 | |
| <i>Cuadro 10. Cuenta con Tecnología Informática</i> | <i>53</i> |
| <i>Figura 8. Cuenta con tecnología informática</i> | <i>53</i> |
| Pregunta 6 | |
| <i>Cuadro 11. Dispone Personal Especializado</i> | <i>54</i> |
| Pregunta 7 | |
| <i>Cuadro 12. Negocio que apliquen la Tecnología en Informática.....</i> | <i>55</i> |
| Pregunta 8 | |
| <i>Cuadro 13. Le convendría para las pymes en realizar investigaciones de mercados para lograr posición comercial</i> | <i>56</i> |
| Pregunta 9 | |
| <i>Cuadro 14. Con respecto a la expansión empresarial, el Financiamiento que llevan las pymes del Cantón Milagro será:</i> | <i>57</i> |
| Pregunta # 10 | |

| | |
|---|-----------|
| Cuadro 15. Necesario emplear la Tecnología en Informática para el Desarrollo Comercial del Cantón..... | 58 |
| Cuadro 16. Entrevista Efectuada | 60 |
| Cuadro 17. Verificación de Hipótesis..... | 65 |
| Cuadro 18. Análisis FODA | 73 |
| Cuadro 19. Matriz FOFADODA | 74 |
| Cuadro 20. SISTEMA OPERATIVO..... | 77 |
| Cuadro 21. CONTABILIDAD COMPUTARIZADA Y MANTENIMIENTO DE LOS EQUIPOS | 78 |
| Cuadro 22. MARKETING ELECTRONICO Y PAGINAS WEB..... | 78 |
| Cuadro 23. Financiación | 81 |
| Cuadro 24. Financiación del Modulo 1..... | 81 |
| Cuadro 25. Financiación del Modulo 2..... | 81 |
| Cuadro 26. Financiación del Modulo 3..... | 82 |
| Cuadro 27. Cronograma..... | 84 |

ÍNDICE DE FIGURA

| | |
|---|------------|
| Figura 1. Total de encuestados por género..... | 46 |
| Figura 2. Nivel de instrucción..... | 47 |
| Figura 3. Edad..... | 48 |
| Figura 4. Sector económico..... | 49 |
| Figura 5. Tiempo..... | 50 |
| Figura 6. Personal que administra..... | 51 |
| Figura 7. Comportamiento del negocio..... | 52 |
| Figura 8. Cuenta con tecnología informática..... | 53 |
| Figura 9. Dispone personal especializado..... | 54 |
| Figura 10. Negocio que apliquen la tecnología en informática..... | 55 |
| Figura 11. Le convendría para las pymes en realizar investigaciones de mercados para lograr posición comercial..... | 56 |
| Figura 12. Con respecto a la expansión empresarial, el financiamiento que llevan las pymes del cantón milagro será:..... | 57 |
| Figura 13. Necesario emplear la tecnología en informática para el desarrollo comercial del cantón..... | 58 |
| Figura 14. Mapa ubicación física de la Cámara de Comercio del Cantón Milagro..... | 70 |
| Figura 15. Encuestas..... | 98 |
| Figura 16. Encuestas..... | 99 |
| Figura 17. Entrevistas..... | 100 |
| Figura 18. Entrevistas..... | 101 |

RESUMEN

Esta tesis está destinada en brindar capacitaciones estableciendo un aporte para el mejoramiento de las condiciones organizativas de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) que están localizadas en el cantón Milagro, ya que luego de un análisis situado en una realidad concreta, se interesa por satisfacer la necesidad de información y orientación pertinente que facilite el aprovechamiento de las tecnologías informáticas lo que hasta la fecha no ha sido cubierto en un alto porcentaje. Su objetivo es determinar cómo incide la tecnología en informática de las PYMES del Cantón Milagro, en su desarrollo comercial. Este estudio se basó en una investigación cualitativa por que se preocupó de determinar las actitudes de la población investigada; es de campo, ya que los instrumentos fueron aplicados en el contexto geográfico de la investigación y es de tipo transversal por que los datos fueron obtenidos en un solo momento del estudio. Se ha empleado para la obtención de datos, métodos empíricos como la observación y la encuesta habiéndose aplicado los instrumentos correspondientes a los propietarios de las pymes, efectuándose luego un análisis estadístico, que permitió obtener información sobre las inquietudes y desconocimiento que poseen. La propuesta ejecutada consistió en la creación de un plan de capacitación en tecnologías de la información y comunicación para servicio exclusivo de pequeños empresarios y emprendedores. Esta es una propuesta dinámica y acorde a las necesidades de la actividad económica de Milagro.

Palabras clave: Pymes, capacitación, tecnologías informáticas y comunicación, desarrollo comercial, orientación.

ABSTRACT

This thesis is aimed at providing training setting a contribution to improving organizational conditions for small and medium enterprises (SMEs) which are located in the canton Milagro, because after an analysis located in a concrete reality, it is interested in satisfying the need for information and relevant guidance to facilitate the use of information technology so far has not been covered in a high percentage. Its aim is to determine how computer technology affects SMEs Canton Milagro, in its commercial development. This study was based on qualitative research that was concerned to determine the attitudes of the population studied; Field is because the instruments were applied in the geographical context of the research and traversal type that data were obtained at one time of the study. It has been used to obtain data, empirical methods such as observation and survey instruments having applied the relevant owners of SMEs, after being performed a statistical analysis, which provided information on the concerns and lack of knowledge they possess. The proposal implemented was the creation of a training program in information technology and communication for exclusive service of small businesses and entrepreneurs. This is a dynamic and tailored to the needs of economic activity Milagro proposal.

Keywords: SMEs, training, information technology and communication, business development, orientation.

INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo de este proyecto de grado, se ha seleccionado un tema de gran importancia para el fomento de la economía y el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) del Cantón Milagro.

El problema objeto de análisis es el poco aprovechamiento de las tecnologías informáticas originado por la resistencia natural a la modernización, la rápida desactualización de los equipos, el escaso retorno de la inversión, lo cual redundará en una mínima rentabilidad y desempleo entre otras consecuencias. Sin embargo, es económicamente inconveniente desconocer que las tecnologías informáticas marcan el rumbo de los negocios y hacen la diferencia entre los que tienden a fortalecerse y los que están en vías de extinción de allí que se consideró pertinente investigar los puntos de vista de los pequeños empresarios y cuáles son sus alternativas para competir frente a una demanda de atención al cliente, con tecnologías de punta.

Los objetivos de este proyecto son: Determinar cómo incide la tecnología en informática de las PYMES del Cantón Milagro, en su desarrollo comercial, aplicando investigación científica que permita determinar su situación actual competitiva. Establecer de qué manera incide el conocimiento de nuevas tecnología informática, en el clima laboral, de los propietarios y empleados de las pymes del cantón Milagro. Determinar cómo los problemas financieros afectan al equipamiento tecnológico de las PYMES de Cantón Milagro. Determinar como la capacitación afecta el uso adecuado de las TIC's en los propietarios y empleados de las Pymes del cantón Milagro. Determinar cómo la resistencia al cambio por parte de los propietarios, afecta al desarrollo e innovación en las Pymes en el cantón Milagro.

El proyecto consta de cinco capítulos, en el primer capítulo, se analizó la problemática que enfrentan los propietarios de las pymes Milagreñas ya que algunos poseen equipos de computación, pero no logran aprovechar sus beneficios y otros aún no se atreven a invertir en este tipo de innovaciones, se analizaron las causas y consecuencias de este fenómeno, se plantearon las preguntas para la investigación, se han definidos los objetivos generales y específicos y se ha procedido a justificar la investigación.

El segundo capítulo, corresponde al marco teórico que inicia haciendo un recuento histórico sobre las Pymes brindándole asimismo un repaso de la introducción de las tecnologías en la vida privada y profesional de las personas. Se identificaron los antecedentes referenciales que demuestran la preocupación por esta temática en variadas facetas. Lo siguiente en el marco teórico son las fundamentaciones que constituyen la base científica, tecnológica, administrativa de esta investigación, culminado con los fundamentos legales que le dan a la tesis el sustento jurídico. Y finaliza este capítulo con la formulación de las hipótesis, la declaración de variables y su operacionalización.

El tercer capítulo determina los principios metodológicos que sustentan esta investigación, se identifica el nivel de la investigación, los métodos, la población, los instrumentos de la recolección de datos, y la manera como se procesó la información obtenida.

En el capítulo cuarto se realizó el análisis de los resultados y la discusión de los mismos, procediendo a validar las hipótesis planteadas en el segundo capítulo.

El quinto capítulo corresponde a la propuesta que consiste en la creación de un plan de capacitación en tecnologías de la información y comunicación para los dueños de las pymes del cantón Milagro.

Este proyecto cuenta con las respectivas conclusiones, la bibliografía escrita en estilo APA y los anexos que incluyen fotos, documentos de archivos, artículos de apoyo.

Para finalizar este proyecto hacemos votos de que su lectura y análisis contribuya a la toma de conciencia acerca de lo importante que es asumir los cambios tecnológicos como recursos beneficiosos, no como amenazas, todas las personas: productores y consumidores tienen el derecho a gozar de las ventajas de la modernidad; por tanto se deben agotar todos los esfuerzos para que las tecnologías se masifiquen y deje de hablarse de nativos y migrantes digitales, porque eso solo establece una brecha imaginaria entre las generaciones. Cualquiera puede acceder a las tecnologías informáticas con un poco de paciencia, voluntad y por supuesto si ha experimentado la necesidad, de hacerlo.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

El siglo XXI es el siglo de la tecnología informática, los hombres y mujeres de mediana edad que actualmente están asumiendo el control de la economía son “nativos informáticos”, expresión que indica total adaptabilidad al manejo de recursos tecnológicos relacionados con la programación y el uso de utilitarios, sin embargo el optimismo con que acoge las tecnología de punta que se encuentra prácticamente al alcance de todas las personas, oculta lo que verdaderamente ocurre en el aprovechamiento de este recurso.

Cualquiera puede acceder y navegar en internet, muchos son adherentes de variadas páginas sociales que forman redes de amigos y generan una gran cantidad de información intrascendente.

El internet ha cambiado la vida de las personas, el lenguaje, las costumbres y se ha convertido en uno de los indicadores del bienestar.

Sin embargo es común observar lo difícil que es para las personas en general y para los que están involucrados en el mundo de los negocios, el poder navegar en el ámbito productivo, simples transacciones, pagos, informes, cuentas, elaboración de facturas. Resultan en un verdadero obstáculo para el desarrollo de un negocio, en una época en que la diferencia de eficacia y eficiencia la podría hacer una computadora técnicamente aprovechada por un usuario experto.

El problema detectado se circunscribe a las limitación es que enfrenta el pequeño empresario, dueño de taller o micro negocio familiar debido a las exigencia de la economía moderna demanda del uso de las tecnologías de la información y comunicación para que estos negocios puedan ser cada día más competitivo, lo cual lleva al desconocimiento de los beneficios que ofrecen las TIC´s de nuevos artículos, procedimientos y distribución que involucra las exigencia de los consumidores.

Las personas cuyos negocios se integran bajo el nombre genérico de pymes – Pequeña y mediana industria, se ven obligado a observar al clima laboral en el que se desarrolla las funciones laborales en la actualidad por prescindir de nuevas tecnologías lo cual perjudica a los trabajadores en hacerse ver menos competitivos dando de notar a las otras empresas su potencial.

La ciudad de Milagro, es un sector próspero que ha tenido un incremento comercial y productivo de bienes y servicios en los últimos años, constituyendo un gran aporte para el movimiento de la economía del país.

Gran parte de ese motor económico está activado por las PYMES, que de acuerdo a los datos del (INEC, 2010). Surgen como pequeños negocios o emprendimientos familiares que en el trascurso del tiempo y con un sostenido esfuerzo se han transformando en grandes tiendas, bazares, restaurants talleres de diferentes manufacturas pero se observa como denominador común que el equipamiento tecnológico es un gran aporte para cubrir los requisitos que manifestase de los clientes y que esperan que puedas ofrecer acomodamiento como dando diferentes procedimientos de entregas y de cobro con su respectivo acceso de información, etc. Pero las pequeñas empresas tiene financiamiento más humilde por cierto motivo ocurre interrupciones en su operaciones lo cual conlleva a tener problemas financieros perdiendo así valiosas oportunidades de aprovechar la tecnología comparando con las grandes empresas que tiene información sobre su negocio lo cual le permitirá tomar decisiones estratégica para tener un buen futuro.

Los aspectos psicológicos de las personas juegan un papel importante en la evolución del manejo de las TIC´s. Ya que una vez vencidas las primeras resistencias propias de toda innovación, el propietario y empleado opta por la capacitación sin un planteamiento centralizado lo que conlleva a tomar atajos de

instruirse por si solo de las nuevas destreza y programas sin cuestionarse en adquirir equipos de última tecnología, pero a la menor dificultad las abandona vencido por las dificultades que implican aprender algo nuevo.

Otro problema que enfrenta es en buscar desarrollo tecnológico e innovación para las pymes con el fin de proporcionar ocasiones comerciales para su explotación en el mundo pero históricamente las compañías, son tradicionalista llevando a un fenómeno conocido llamado resistencia al cambio por parte de los propietarios.

En conclusión en el diagnóstico realizado podemos establecer las siguientes causas del problema.

- Mal clima laboral.
- Falta de equipamiento tecnológico.
- Incorrecto uso de las TIC's.
- Falta Desarrollo tecnológico e innovación.

Consecuencias:

- Desconocimiento de nuevas tecnologías.
- Problemas financieros no permiten la inversión en equipos.
- Mala capacitación de los empleados y propietarios.
- Resistencia al cambio por parte de los propietarios.

Pronóstico

El uso de las tecnologías informáticas empiezan a marcar las diferencias entre los negocios y esas diferencias se ahondarán en el futuro, cuando pedidos de mercadería, pago de obligaciones y servicios, reembolsos, servicio al cliente, proyectos de marketing se realicen exclusivamente vía internet. Y los negocios pequeños no puedan competir tecnológicamente lo cual dará como resultados servicios lentos, poco atractivos. Pérdida de clientela, desempleo ya que serán solo negocios familiares para garantizar la subsistencia no la prosperidad.

Las causas y consecuencias anotadas derivan un pronóstico nada favorable para el futuro de las pymes.

Control de Pronóstico

Es necesario orientar los esfuerzos hacia un cambio de mentalidad del pequeño empresario, ayudarlo a evaluar las alternativas de progreso en la medida que acepte la modernización tecnológica, no como una novelería o un gasto innecesario, sino como una forma de desarrollar competitividad a un tiempo rápido y eficiente.

1.1.2 Delimitación del Problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector: Comercial

Aspecto: Administrativo – Asesoría y Capacitación

1.1.3 Formulación del Problema

¿Cómo incide la tecnología de información y comunicación, en el desarrollo comercial de las pymes del cantón Milagro?

1.1.4 Sistematización del Problema

¿De qué manera incide el clima laboral, el desconocimiento de nuevas tecnologías en las pymes del cantón Milagro?

¿Cómo incide la resistencia al cambio por parte de los propietarios, en el desarrollo e innovación de las pymes del cantón Milagro?

¿Cómo influye la capacitación en el uso adecuado de las TIC's, por parte de los propietarios y empleados de las pymes del cantón Milagro?

¿De qué manera afecta la falta de inversión en equipos tecnológicos en los problemas financieros de las pymes del cantón Milagro?

1.1.5 Determinación del tema

Impacto de la aplicación de tecnologías en informática en el desarrollo comercial de las PYMES del cantón Milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Determinar cómo incide la tecnología en informática de las PYMES del Cantón Milagro, en su desarrollo comercial, aplicando investigación científica que permita determinar su situación actual competitiva.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Establecer de qué manera incide el conocimiento de nuevas tecnologías informáticas, en el clima laboral, de los propietarios y empleados de las pymes del cantón Milagro.
- Determinar cómo la resistencia al cambio por parte de los propietarios, afecta al desarrollo e innovación en las Pymes en el cantón Milagro.
- Determinar como la capacitación afecta el uso adecuado de las TIC's en los propietarios y empleados de las Pymes del cantón Milagro.
- Determinar cómo los problemas financieros afectan al equipamiento tecnológico de las PYMES de Cantón Milagro.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

Esta investigación es válida por cuanto los pequeños negocios mueven un gran porcentaje de la economía del mundo, gran parte del dinero que se encuentra en manos de la clases media y pobre, se canaliza mediante la satisfacción de las necesidades básicas de la población; si bien es verdad los grandes trust económicos movilizan la macro economía, sin embargo no es menos cierto que las pymes manejadas con criterios de empresas dinamizan la actividad artesanal, comercial y de servicios que la población demanda.

Al referirnos al buen manejo y al criterio empresarial, abordamos varios aspectos como la organización, el liderazgo, la atención al cliente la aplicación de las técnicas del marketing y sobre todo el uso apropiado de la tecnología informática, destinada a organizar la información, establecer líneas de comunicación y facilitar el manejo de documentos

De lo expuesto se deduce que determinar cómo las Pymes del cantón Milagro aprovechan la tecnología, cuales son las dificultades que enfrentan y cuáles son las orientaciones más adecuadas que deben recibir para mantener el nivel de los negocios es una acción trascendente porque Milagro representa una economía significativa en el contexto de la provincia del Guayas y del Ecuador.

Su carácter es práctico ya que los datos obtenidos han permitido diseñar soluciones para la capacitación de los responsables de los negocios y acciones para facilitar el uso de los múltiples recursos que ofrece una sencilla computadora conectada a la red de internet así mismo constituye un gran aporte investigativo el saber que se trata de auxiliar al microempresario proponiéndole orientaciones y ayuda técnica con el propósito de ejecutar procesos más rápidos que les representa un ahorro de tiempo y dinero.

El aspecto relevante de esta investigación es el análisis de las estrategias que permitieron determinar cómo influir en los microempresarios para promover la necesidad de la modernización informática.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Las pymes se conocen a las pequeñas y medianas empresa teniendo particularidades diferente acatando el régimen establecido por el estado, donde se encuentre abarcando a su tamaño y finanzas, además son considerada en muchos países el propulsor social y económico en producir empleos para las naciones surgiendo de dos modalidades como una corporación en el sector formal con su sistema y administración empresarial establecida y la otra como de procedencia familiar donde ambas participan para la actividad económica productiva en el entorno nacional e internacional.

Transcurrido el tiempo iban adquiriendo más importancia principalmente las pymes industriales en la sociedad mundial en los periodo de los 50 y 60, por el levantamiento de nivel que tuvo la fabricación de producto que se realizaba por el trabajo físico y mental de las personas llamado también mano de obra haciendo intervalos con apoyo de máquinas con el fin de realizar el producto final para la venta. Es así que, pudo manifestarse el modelo de sustitución de importación creada por los gobiernos como una decisión económica para disminuir equitativamente la cantidad de compras motivando a fabricar en industrias de su propio país mercaderías que antiguamente compraban de otras nacionalidades comprometiendo con gran interés a los países Latinoamericanos como en el Ecuador. Las pymes originan que la gente labore para asimismo y pasan en hacer registro de ingreso

para la población llevando a lo ideal para difundir adelantos sobre asunto tecnológico y desarrollo para el estado. (Falconí & Zambrano, 2011).

La tecnología no es solo un logro de los últimos siglos, en realidad ésta ha evolucionado desde los tiempos más primitivos cuando el hombre decidió crear instrumentos que fueron extensión de su cuerpo y de su mente, la tecnología se disputa junto con el lenguaje y la socialización el ser considerada el dotante de la inteligencia humana, es decir en tanto más tecnología el hombre crea, más inteligente se vuelve.

Llegar a vivir en un mundo informatizado es solo el último paso de un largo e intenso en descubrir y descifrar los secretos del universo, no se llega a una computadora portátil si antes no se descubrió el uso de todas las formas de energía, el telégrafo, el teléfono, las máquinas de escribir y todas aquellas maravillas que la humanidad ha producido para su bienestar.

Desde la aparición de las computadoras digitales en la década de 1940, se han introducido en los países desarrollados en diversas áreas sociales como:

- Industrias.
- Negocios.
- Hospitales.
- Escuelas.
- Transportes.
- Hogares o comercios. (Constitución de la República del Ecuador , 2008)

A lo largo de la historia, la comunicación ha ido avanzando con pasos acelerados para el desarrollo de la sociedad a través de la educación con el fin de adaptarlos a los nuevos descubrimientos, uno de ellos es en el uso de la luz láser, que permite transmitir mensajes simultáneos despuntando a los sistemas telefónicos convencionales, lo cual permite utilizar el espacio por los satélites como sistemas de comunicación. También se puede comunicar mediante redes informáticas con sus diversos dispositivos auxiliares que permite a los usuarios poder transmitir la información con gran rapidez como por ejemplo las computadoras, celulares, relojes digitales y hasta televisores inteligentes que están completamente adaptados para realizar las operaciones que se requiera en sí.

Algo cierto que genera este estudio a simple vista lleva a la tecnología informática a un nivel muy alto como revolución, demostrando que su influencia que se ha obtenido de los comentarios de las personas es de largo plazo de manera ingeniosa y definitiva sobre los puntos de vista y el criterio de la audiencia, en forma que nos consolidamos a la búsqueda en internet.

El nacimiento del Internet surgió por las función es con otras redes informáticas, desarrollado en 1979 por Vinton Cerf.

El internet, es un medio artificial que hace que los usuarios se sientan escuchado por el computador, porque pueden dar a conocer fácilmente sus opiniones, preguntas y quejas a través de la aparición de la (World Wide Web, 2015) abreviado “www”, diseñado en 1990 por Tim Berners-Lee y Robert Cailliau por medio de la interactividad del hipertexto informativo y esto es posible por la creación del lenguaje en el que se escriben las páginas de internet, el HTML (HyperText Markup Language), (Definición.com, 2015) permitiendo evolucionar este código en página web, prestando interés en dar ayuda a las tecnologías presentes, accediendo a herramientas comunicativas haciendo de esta una relación estrecha con los medios y tecnologías, cediendo a las personas cambiar su forma de comunicarse con otra persona, sin tener que establecer diálogos comunicativos físicamente.

En este nuevo entorno digital algo se pierde o algo se gana.

Se gana lo siguiente:

- El alcance espacial.
- El dominio del tiempo.
- Y el distanciamiento que ya no es problema.

Y se pierde lo siguiente:

- El realismo.
- Y la presencia.

Permitiendo con mayor fuerza establecer la escritura digital, donde se establecen conversaciones con frases cortas y breves, lo cual puede ser individual o grupal, con expectativa de gran alcance, lo que lleva a cambiar la forma de mercadear.

El fenómeno de la globalización y el desarrollo de las TIC's, transformaron el paradigma social y económico organizacional de los países, acercando a clientes y vendedores, y estos a su vez con proveedores, facilitando los trámites, configurando un solo idioma, el de la máquina poniendo al alcance de todos, incluso de los niños una tecnología diseñada para solucionar problemas ocasionados por las relaciones humanas, las distancia, las diferentes lenguas y los distintos interese.

Empezando en los años 90 con las grandes corporaciones decidieron invertir en tecnología para usarla en las negociaciones. La situación desde esa década dio un giro para las PYMES en tener claras oportunidades de vencer algunas deficiencias tecnológicas, de entorno, organizacionales y administrativas, logrando obtener ventajas competitivas para los negocios, las cuales son:

- Permite apoyar a las PYMES locales y en general para exhibir y ofrecer su producto a través de web.
- Accede el aprendizaje educativo interactuando a distancias para los empleados.
- Accede impartir conocimientos.
- Y ofrece nuevas formas de trabajo para dar acceso al flujo de mejorar las vidas de las personas.

A fines de los 90, e inicios del tercer milenio, el Ecuador accede a la red de telecomunicación a estudiar los nuevos medios de comunicación en la sociedad en forma detallada como el acceso, uso y adopción de las TIC's, en los asuntos y resultados empresarial y académico. De esta manera es evidente para las personas ver el comercio electrónico como una gran oportunidad de crecimiento para las PYMES, desde el año 2005. (Vera Quintana, 2008).

Marcos Pueyrredon, presidente del ILCE (Instituto Latinoamericano de Comercio Electronico, 2016) en la conferencia internacional E-Commerce Day y que fue organizada por la CCG, (Camar de Comercio de Guayaquil, 2010) manifestó que este tipo de comercio va creciendo muy rápido en Ecuador. Como muestra de esto informa que en el año 2010, Latinoamérica cerró con 35.000 millones de dólares y un porcentaje de ese monto, es de 200 millones corresponde a Ecuador.

Eduardo Peña, presidente de la CCG, también sustenta que esta clase de iniciativas empujarán a que Ecuador forme parte de los países en vanguardia del comercio

electrónico. De esta manera los adelantos tecnológicos informáticos hacen posibles capturar y utilizar la información abarcando en la sociedad temas económicos, políticos y mediáticos, en el instante que se crea de manera en adaptarlas a las necesidades del momento tales en cambiar el estilo del trabajo, el lugar y la competencia.

Y para lograrlo hay que cumplir varios requisitos como:

- Tener conocimiento de los proceso del negocio.
- Planificar las necesidades tecnológicas de la información.
- Incorporar sistemas tecnológicos básicos.

A modo de proporcionar canales de noticias para dar a conocer ideas, pensamientos y otras formas de expresiones con total libertad que trae consigo la implementación de estas herramientas de manera que controla la información, lo que hace que se globalice a través de la innovación sobre aquellas empresas que no hayan aceptado el cambio en cuanto a su infraestructura y línea de producción en lo esencial donde estos podrían aventajarnos notablemente para competir con las mismas armas con los países desarrollados, en una era donde predomina la tecnología.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

De la revisión de la literatura existente sobre proyectos que tienen relación con las variables de la presente investigación se ha encontrado las siguientes propuestas:

Institución: Universidad Estatal de Milagro

Tema: Utilización de las Tecnologías de la Información (TIC'S) como soporte para el desarrollo competitivo y mejoramiento de las PYMES en la ciudad de Milagro.

Autor: Ing. Enrique Colón Ferruzola Gómez

Año: 2011

Esta tesis exhibe alternativas de selección que brindan las TIC's aplicando el modelo Intellect (Business Angel, 2010), es un modelo que permite avisar el rendimiento de la compañía por un largo tiempo, para tener un mayor progreso en el sistema de gestión del conocimiento de los negocios, apoyándose en el cuadro de mando integral y adaptándolos de forma específica al sector de las Pymes.

Esta investigación exhibe, el impacto que ha tenido las tecnologías de la Información en los países suramericanos que se valen de las ventajas que ofrecen los medios digitales, entre ellas, la interactividad.

La presente investigación está relacionada con el tema porque pasa a explicar las diversas alternativas de selecciones que brindan las TIC's, para mejorar el desarrollo comercial de las PYMES de esta ciudad.

En conclusión, el éxito de un negocio depende de algún modo del uso del internet que es el único conducto que permite a las empresas usar herramientas comunicativas para dialogar e interactuar con los usuarios en tiempo real.

Institución: Universidad del País Vasco

Tema: El Comercio Electrónico y C.R.M.

Autora: Ixone Alonso Sanz

Año: 2011

La autora de esta investigación la señora Ixone Alonso Sanz, ha hecho un profundo análisis acerca de los beneficios reales de la www, que acarrea en la relación que existe tanto para las empresas como para los clientes.

Una de las conclusiones que llegó a estipular mediante la incorporación en la Web como un nuevo canal de interacción donde se puede obtener y compartir información sobre el cliente conforme a los sistemas C.R.M.(Ines, 2010).

En sí, los sistemas C.R.M. no se encuentran vinculados con los avances tecnológicos sino son simples estrategias o maniobras de negocios dirigida a la exigencia de los consumidores con un solo objetivo en manifestar fidelidad al consumidor.

Demostrando una representación valiosa como mecanismo de lealtad para el éxito en el comercio electrónico.

Este trabajo de investigación es un gran aporte para la tesis a entender las convergencias que existe en el clima laboral sobre las relaciones sociales y laborales al momento de fomentar elementos estratégicos en un mundo cada vez más globalizado porque busca la manera de motivar a los negocios pequeños y

medianos a ingresar al entorno digital del internet y a obtener nuevas tecnologías para aprovechar oportunidades que se presente actualmente de forma innovadora que permitirá positivamente a mejorar e impulsar y fortalecer provocando en un corto plazo el amaestramiento global para los dueños de las pymes del cantón Milagro, tomando en cuenta que para lograr deben concentrarse en la alfabetización y las habilidades que acarrea en la cultura digital que se presenta día a día, para disminuir al máximo de volumen esa fisura que no permite a las personas ser ciudadanos digitales.

Institución: Universidad Estatal de Milagro

Tema: Plan estratégico para el uso del marketing electrónico por parte de las pymes del cantón Milagro, como herramienta de comunicación con los clientes.

Autores: Andrea Lisette Vargas Arias y María Noralma Fuentes Fuentes

Año: 2013

Las autoras de este proyecto estudian cómo operan los dueños de las pymes Milagreñas a comunicarse con los clientes con el fin de promover sus ventas, en si ha llevado a ejecutar un diagnostico sobre herramientas que presta la comunicación hoy en día para el marketing Electrónico.

Además comprende por qué no usan la tecnología como método de comunicación con sus clientes por falta de conocimiento y experiencia, acarreado a ser tradicionalista a cualquier mercado a donde llegue perdiendo conformidad en tener una buena relación con los clientes por un largo plazo.

Manifestando que los dueños de las pymes Milagreñas no prestan atención a usar mucho la tecnología por diversa causa que lograron conseguir para el estudio y son:

- Aun ponen en práctica estrategias copiadas de grandes empresas que en un momento fueron líderes en la plaza de mercado que se movían y que hoy en día esos métodos que aplican para los negocios son anticuadas y para nada novedosos refiriéndose a los famosos afiches, volantes, comerciales radiales, etc.
- Que muchas clientelas no ceden aun a la tecnología de la comunicación para efectuar diversas actividades como compras o ventas por temor de salir estafado.

- Otro punto sería que carecen de conocimiento sobre las TIC's porque piensa que al momento de promocionar los artículos o servicios por el espacio del internet puede ser muy costoso.
- Y por último, encontraron que los presupuestos que tiene las pymes son mal gastado describiendo que los dueños por costumbre hacen gastos de los ingresos en ellos sin llevar un control contable, llevando a no poder invertir en equipos tecnológico e innovadores para los negocios.

Demostrando que los dueños de las Pymes de este cantón no conocen el alcance y la rentabilidad que le traería esta herramienta de comunicación que es la tecnología informática logrando ser un elemento indispensable para contrastar competitivamente en el mundo del comercio.

En fin, esto aporta mucho para la investigación que estamos realizando por el motivo que la herramienta comunicativa que se emplea hoy en día para los negocios es la tecnología informática lo cual permitirá el poder actualizar su negocio para no sentenciarla en capacidad y producción; pero esto no implica a tener problemas financieros sino que ya los negocios acarrearán con eso desde un principio, lo cual deberán tener una planificación sobre su presupuestos para poder invertir en equipos tecnológicos que están al alcance al bolsillo de los dueños de cualquier pymes.

Institución: Universidad Politécnica Salesiana

Tema: Estudio sobre la utilización y efectividad del comercio electrónico (e-commerce) y propuesta para su implementación en las PYMES del sector comercial de Guayaquil.

Autores: Ing. Maritza Mariela Peñafiel Espinoza y Ing. Roberto David López Chila

Año: 2012

Según los autores, de esta investigación fue realizado con el objetivo de utilizar el comercio electrónico como un instrumento que activa al comercio por medio de estrategias comerciales apropiadas y definidas. Por el motivo que el mundo de los negocios en la actualidad se mueve rápido involucrando que las empresas deben

darle el frente al desarrollo tecnológico que van evolucionando de una forma apresurada.

Ofreciendo como resultado el desarrollo de una guía para orientar la actividad informática en las PYMES del sector comercial de Guayaquil, con la finalidad de cederle alternativas indispensables para su ejecución. Además, esta tesis acumula opiniones y experiencias de los expertos en el e-commerce.(Debitoor, 2014). Donde recaba información sobre negocios que están implementando sobre de este proceso en realizar negocios por las redes del internet y el compromiso de los dueños que están dispuestos correr.

Logrando que el estudio realizado consigue en dar a conocer el nivel de cultura digital que tiene los dueños y clientes de las pymes por las averiguaciones adquiridas.

De esta forma buscan la manera de fomentar su investigación con el fin de poderla efectuar en las pymes Guayaquileñas. Proporcionando a comprender la manera de interacciones que tiene los dueños de las pymes para promover sus productos o servicios efectuando estrategias comerciales bien definidas en la redes del ciberespacio.

Dicha investigación sirve para la tesis porque da a conocer las interacciones que tiene la guía al momento de orientar y capacitar a los dueños de las PYMES, sobre el uso adecuado de las TIC's, en un mundo donde el comercio se mueve a un ritmo muy dinámico y de corto plazo, para no involucrarse en futuros problemas para la subsistencia de la pymes.

Institución: Instituto Politécnico Nacional

Tema: Las importaciones de tecnología computacional como incremento de la pequeña y mediana empresa (PYMES) en la economía mexicana.

Autora: Cuauhtémoc León Puertos

Año: 2012

Cuauhtémoc León, exhibe los procesos tecnológicos computacionales según su investigación para las PYMES, con el fin de poseer preferencia de los compradores por el efecto de la globalización que han cambiado la manera en que operan las

organizaciones actuales, ya que la tecnología es un agente trascendental que crea innovación y progreso.

Esclarece que siempre va a haber una resistencia al cambio por parte de los dueños de las pymes, pero depende de la actitud que muestran sobre el prototipo de cambio y la información que acondiciona para que los negocios cambien y sobrevivan en un mundo cada vez más competitivo y flexible. Además, analizo que el uso que tiene la tecnología computacional en las pymes hoy en día servirá para aumentar el desarrollo e innovación de los negocios.

En conclusión dicha investigación es un gran aporte para el tema de mi estudio porque se analiza la resistencia al cambio que siempre va a haber al momento de implementar algo nuevo generando temor a lo desconocido, logrando que los dueños de las pymes obtengan desinformación logrando tener una respuesta negativa por sospecha a hundirse cada vez más y para vencer esos pánicos se necesita difundir a los empleados más información a nivel que el dueño vea la insistencia que ponen para cambiar, con el fin de lograr el desarrollo e innovación que le permitirá incrementar el rendimiento evolutivo del negocio, logrando beneficios productivos en el mercado adonde se encuentre con el fin de favorecer el incremento de su productividad local y del país.

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

2.1.3.1 Fundamentación científica

El objetivo de este presente estudio reforzó la exploración realizada que ayudo a tener conocimientos más amplios con referencia al tema de investigación. Iniciando con las pymes, logrando distinguirse en el asunto corporativo de cualquier país ya sea avanzado o no. Catalogando como negocios fundamentales para la economía y sociedad universal en dar posibilidades de empleos por sus ingresos de recursos en sectores pobres y por ampliar al sector particular, aumentando el poder económico y apoyando a los productos nacionales. Además se muestra de diferente apariencia en su conceptualización por muchos autores porque varían del país donde se encuentre las pymes, pero todo llega al punto de que es un negocio tradicionalista exponiéndose de diferente manera sus ventajas y desventaja, mostrando las más importantes y que son:

Ventajas Competitivas de las Pymes

- Por su tamaño porque posibilita respuestas rápidas a los cambios de ambientes facilitando ingresos productivo.
- Como Proveedores permitiendo suministrar materiales para las empresas nacionales con el objetivo de hacerle más grande.

Desventaja de las Pymes

- Son débil cuando la fuerza de la economía se reduce.
- Demuestran incapacidad en los mercados globales por competencia de precio.
- Oferta producto y servicio sin tener valoración al cliente.

Pero en la unión del uno y del otro, refiriéndose a las ventajas y desventajas se encuentra el triunfo de sobrevivir sin prestar el interés a la plaza de mercado y el país donde se halle. (Lemes & Machado, 2014).

1. Definición de PyME

No hay una definición determina según los artículos que me eh basado porque varía según a la economía del país que se encuentre, pero aclara que las PyME son empresas de cualquier actividad determina como mercantiles, industriales, textiles o de otro prototipo que posee ciertos números de trabajadores abarcando entrada de dinero moderado.(Definición.com, 2014). Para el Ecuador, según el SRI se reconoce pymes a las empresas que son pequeñas y medianas, además depende del la dimensión que tiene de ventas por años, por el número de trabajadores que posee, por el capital de aportaciones de los socio para la empresa y por su nivel de parámetro que tiene su producción que llega a representar como una parte de su capital como otros activos y pasivos que también interviene con la finalidad de que tenga su singularidad para el crecimiento del negocio. En general, también reconocemos que las pequeñas y medianas empresas de nuestro país realizan además diversas funciones económicas para ser reconocida y las que se destaca son:

- Comercio al por mayor.
- Comercio al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.

- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Dando a sobre notar que las PyMEs Ecuatorianas, aporta un gran ingreso en ámbito social y económico del país generando empleo y riqueza. (SRI, 2015).

1.1 La pyme en América y su importancia

En América latina, las Pyme juegan un papel importante moviendo las economías de los países a un 88% generando empleos, porque simboliza para la economía de una negocio un 80% a 90%, ya que varía estos porcentajes por su capacidad y cantidad que puede tener por el tamaño de la empresa. Además, no cuenta con instrumentos que emplean las empresas grandes para su desarrollo de manera que desconocen sin poder forjar oportunidades a nuevos mercados. Por motivo, que los dueños no cuentan con capital financiero suficiente para realizar sus compras para su capital de trabajo, anunciando el aumento de riesgo de que se vaya a la quiebra el negocio, permitiendo a no acceder asesoramiento como realizan empresas grandes con el de tener planes de crecimiento. Logrando en sí, que las pequeñas y medianas empresas tengas que afrontar muchos desafíos.

Recalcando que para estos negocios se le hará difícil al momento de comercializar sus productos o servicios por diversas razones como a no tener el conocimiento necesario para invertir el poco capital que tiene de cómo promocionarse para poder posesionarse en el mercado consiguiendo hacer tareas de campo prolongadas que muy pocas pymes llegan a resistir para abrirse un poco en el mercado que se encuentre. De igual manera, las pequeñas y medianas empresas (PyMES) de Latinoamérica, siguen siendo fuertes a pesar de las dificultades que se le presenta día a día, logrando continuar que puede apoyar con mucho más razón para la economía por motivo de que dejan campos libres las empresas grandes porque no es rentable expandirse en muchas diversas aéreas del sector económico, demostrando para los dueños de las pymes que puedan invertir para hacer negocios.

En fin, vemos que las pymes logran en crecer y algunas con mayor rapidez por motivo que cuenta con procesos ya establecido en sus sectores de negocios ósea que cada área de la empresa constan con un plan para llegar a su objetivo, logrando en tener escalas grandes de fabricaciones permitiendo a disminuir sus costos o en su servicios que preste, consiguiendo una mayor demanda que le permitirá beneficiarse de la plaza donde se encuentra el negocio. (Enroke, 2012).

2. Tecnologías de información y comunicación para las Pymes

Conocemos que las Pymes son muy importantes para la economía de nuestro país como también para todo el mundo. Pero en la actualidad ha surgido una nueva herramienta que se encuentra a disposición para todas clases de personas, permitiendo impulsar a las empresas a tener un mejor desarrollo e innovación comercial.

Y las causas para que las Pymes tomen esta decisión de implementar nuevas tecnologías con sus respectivos sistemas informáticos, es por motivo del volumen de competencia y cambios constante de planes estratégicos que se realiza por el mercado que se encuentra hoy en día, originando primordialidades alteraciones en los negocios. Ahora observamos eso, por motivo de la globalización y la mejor decisión de competir es integrar a las Pymes sistemas informáticos, que le permitirá demostrar las habilidades necesarias para optar en tener mejores resultado. Además, se le está prestando mucha atención en seguir implementando para las Pymes con el apoyo del Banco Mundial y de otras organizaciones dependiendo del lugar o país adonde se encuentra para mejor así su crecimiento y competencia.

Se tiene como finalidad beneficiarse por los fondos que ayudara a las pymes innovarse para proceder a tener un mejor desarrollo comercial productivamente incrementando la competencia del sector. Motivando así, a los dueños de las pequeñas y medianas empresas de averiguar sobre las TIC's, porque en la parte económica pude surgir la ayuda del banco mundial para que las pymes puedan progresar y pugnar para estar en los primeros puestos con otras pequeñas y medianas empresas del contorno del mundo. La TI en el mundo actual está en todo, desde lo más mino hasta lo más visible para los ojos humanos revolucionando a los negocios a un paso precipitado a gradándole sus habilidades y capacidades en la

actividad del comercio, brindando muchas ocasiones económicas provocada por el uso adecuado de la tecnología de información y comunicación permitiendo incorporarse al mercado global. (Ledón, 2013).

3. Las nuevas tecnologías cambian el entorno laboral

La manera como se desenvuelve las actividades empresariales ha cambiado considerablemente. Día a día, toma más posición la tecnología, logrando innovar el entorno competitivo. La intervención tecnológica, hacia las empresas consigue el manejo de todo el proceso laboral por medio del entorno digital e incluso pasa a prestar mucha atención a ser lo primordial para el negocio. Consiguiendo en formar por medio de tecnologías, a nuevos empleados lo que permitirá que empresas cuente o no con sus habilidades y conocimientos innovadores para facilitar las funciones que deberán hacer. Observando que la manera de trabajar han cambiado, dando lugar por medio de las nuevas tecnologías al empleado 3.0 (Valero, 2014), que contribuye en sacar lo máximo que puede dar la tecnología a favor de la empresa.

Además, aclara que por medio del empleado 3.0, ya no deberían existir horarios laborales y un lugar concreto para trabajar y que se puede realizar a cualquier distancia donde te encuentre en el mundo, claro siempre y cuando depende de la empresa que aplique este sistema informático inteligente. Siendo las tecnologías y los espacios los que deben adaptarse al trabajo. Lo que sí parece que depara el futuro a las empresas, de que van a integrar e implementar las tecnologías nuevas, pero no cambie el ámbito humano o sea sus trabajadores con el propósito de lograr ganancia, responsabilidad y aportación para el negocio. Con la necesidad de llevar un equilibrio tecnológico y humano, facilitando las actividades del trabajo. (Valero, 2014).

4. Grandes resistencias para el cambio en las Pymes

Se observa en las empresas pequeñas y medianas sobre la manera tradicionalista de cómo se maneja los propietarios y que son encargados por su estado actual de modo como se relaciona en la sociedad evocando a tener una economía cerrada por su autoritarismo. Rápidamente la economía y mercados mundiales van cambiando a

través de procedimiento que tiene que ver con la innovación en crear nuevos conocimiento que permite relacionarse entre sí con las organizaciones y sus clientes.

4.1 La innovación como actividad integradora

La interactividad de las Pymes hoy en día lleva a un proceder que implica la innovación mostrándonos nuevos horizonte de herramienta que permite en darnos soluciones al momento que estamos manejando la empresa. Esto complementa en tener como base a la conducta que debemos tener con la innovación por las nuevas herramientas que brindaran grandes cambio a las pequeñas y medianas empresas para la supervivencia.

4.2 Innovación y gestión de la tecnología en los negocios

La innovación es un proceso por el cual da resultado a la tecnología que son los nuevos productos y servicios que brindan los negocios hoy en día. La gestión tecnológica nos permite interpretar de manera más fácil necesidades que brindan oportunidades para las empresas en la actualidad manejada por las leyes de oferta y demanda en su toma de decisiones al momento de aplicar estrategia para obtener resultados productivos. (Ochoa, Valdez, & Geovanny, 2007)Un analice final, es saber que las empresas se fortalecerán para corregir los obstáculos y estimulando así a la innovación. (Castellano Méndez, 2003).

5. Capacitación para el uso adecuado en las TIC's

La modernización ha llegado a exigir a instituciones públicas como también privadas al uso de tecnologías de información y comunicación, consiguiendo que las actividades sean más flexibles y seguras a medida que el usuario este cómodo y satisfecho sobre el servicio que esté recibiendo. Obteniendo con esto en tener más preocupación en capacitar a sus empleados sobre las TIC's, con temas que se encuentra personalizados y actualizados, en lidiar con las necesidades que se presenta en ámbito real de un negocio. Encontrando con mucha frecuencia en las empresas o negocios sobre este término capacitación, que le permitirá incrementar el desempeño haciendo las actividades más flexibles dentro del negocio accediendo liderar en la plaza de mercado que se encuentre.(Pérez Quesada, 2007). Logrando de esta manera que la capacitación sobre TIC's sea de vital importancia en hoy en día, cooperando al crecimiento del negocio como también del personal que tienen

laborando y además a sus clientela, brindándole conocimientos, habilidades y por supuesto actitudes para los clientes por medio del mecanismo alcanzando. Para Transferir información sobre la capacitación hacia los dueños y empleados se diseñan programas o planes para vincular con las actividades que se presente en la empresa. Esto integra a tener oportunidades para adquirir conocimientos nuevos, alcanzando relacionarse con otras personas. Ayudara conseguir volumen altos de demandas para el negocio convenciendo en seguir invirtiendo en tecnología informática por medio de técnicas y procesos nuevos adquiríos por la capacitación. Concluyendo que hay muchas empresas que divulga que es un gasto innecesario en el asunto de la capacitación para poder seguir avanzando en el mercado, sin tomar en cuenta que el comercio está avanzando en un paso acelerado en periodo de corto plazo, logrando que empresas como esas quiebren. Tomando como obligación la capacitación sobre las TIC's que pueden obtener resultado positivos para ser competitivos, aumentando la productividad y calidad en el trabajo beneficiando al negocio. (Barrios, 2012).

6. Cuando el atraso tecnológico afecta el sistema financiero del negocio

En la época de los años 80 pasaron por un gran golpe en el ámbito financiero las empresas a nivel mundial, logrando cambios organizacionales a través de los años en adquirir nuevos conocimientos que le permitieron en desarrollar e implementar diferentes productos y servicios. Incluso aun así, se observa incomodidades en las PyMEs de la manera tradicionalista de cómo se lleva todavía el negocio por motivo que inclusivamente conservan tecnología antigua incluyendo en la actualidad se puede ver que aun aplican para cualquier clases de transacciones permitiendo a no tener buenas relación organizativa y además con sus clientes, afectando así a tener problemas financieros. Logrando a no tener avances favorables en el asunto en modernización de equipos tecnológicos para el desarrollo en si del negocio. Esto ocurre porque no tiene la experiencia sobre lo nuevo, incrementando la incapacidad. Consiguiendo a no invertir lo conveniente en TIC's, acarreando a tener muchos riesgo de manejar los suministros para poder tener la capacidad y habilidad necesaria en liderar en la plaza de mercado que se encuentre. Adquiriendo desfase tecnológico que involucraría a no poder incluir mejores novedades para tener un desarrollo óptimo en el asunto comercial del negocio. En conclusión, llegan en

hablar de solución donde implica una reestructuración cultural del negocio que le permitirá ahorrar tiempo y dinero para no tener problemas financieros con el objetivo de poder invertir en equipos tecnologías en un futuro dado, organizando en sacar diferencia en el posicionamiento del mercado para incrementar el progreso de las empresas

2.2 MARCO LEGAL

Las pymes están sustentadas en un marco legal encabezado por la constitución del Ecuador, el mismo que orienta y regula todo el accionar administrativo y tributario de este tipo de actividad económica.

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR

Título II

DERECHOS

Sección tercera

Comunicación e información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación. (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Capítulo sexto

Derecho de libertad

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS

(Ley No. 2002-67)

TITULO PRELIMINAR

Art. 1.- Objetivo de la ley.- Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas.

Título I

DE LOS MENSAJES DE DATOS

Capítulo I

Principios Generales

Art. 5.- Confidencialidad y reserva.- Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a lo dispuesto en esta Ley y demás normas que rigen la materia.

Art. 9.- Protección de datos.- Para la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de mensajes de datos, se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros.

Título II

DE LAS FIRMAS ELECTRÓNICAS, CERTIFICADOS DE FIRMA ELECTRÓNICA, ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN DE INFORMACIÓN, ORGANISMOS DE PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, Y DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN ACREDITADAS.

Capítulo IV

DE LOS ORGANISMOS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, Y DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN ACREDITADAS.

Art. 36.- Organismo de promoción y difusión.- Para efectos de esta Ley, el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, "COMEXI", será el organismo de promoción y difusión de los servicios electrónicos, incluido el comercio electrónico, y el uso de las firmas electrónicas en la promoción de inversiones y comercio exterior.

Título III

DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y TELEMÁTICA, LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS, E INSTRUMENTOS PÚBLICOS.

Capítulo I

DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS

Art. 44.- Cumplimiento de formalidades.- Cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios, que se realice con mensajes de datos, a través de redes electrónicas, se someterá a los requisitos y solemnidades establecidos en la ley que las rija, en todo lo que fuere aplicable, y tendrá el mismo valor y los mismos efectos jurídicos que los señalados en dicha ley.

Capítulo III

DE LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS O CONSUMIDORES DE SERVICIOS ELECTRÓNICOS

Art. 50.- Información al consumidor.- En la prestación de servicios electrónicos en el Ecuador, el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus derechos

y obligaciones, de conformidad con lo previsto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento.

Título IV

DE LA PRUEBA Y NOTIFICACIONES ELECTRÓNICAS

Capítulo I

DE LA PRUEBA

Art. 52.- Medios de prueba.- Los mensajes de datos, firmas electrónicas, documentos electrónicos y los certificados electrónicos nacionales o extranjeros, emitidos de conformidad con esta ley, cualquiera sea su procedencia o generación, serán considerados medios de prueba. Para su valoración y efectos legales se observará lo dispuesto en el Código de Procedimiento Civil. (Ley de Comercio Electronico, 2013).

CÓDIGO DE COMERCIO

TITULO PRELIMINAR

DISPOSICIONES PRELIMINARES

Art. 1.- El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Art. 2.- Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual. (Código de comercio, 2012).

LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

CAPITULO I

PRINCIPIOS GENERALES

Art. 2.- Definiciones.- Para efectos de la presente ley, se entenderá por:

- **Consumidor.-** Toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o bien reciba oferta para ello.

- **Derecho de Devolución.-** Faculta del consumidor para devolver un bien o servicio, siempre que las ventas no hayan sido hechas directamente, sino por correo, catalogo, teléfono, internet, u otros medios similares.
- **Oferta.-** Esta práctica consiste en ofrecer bienes o servicios que efectúe el proveedor al consumidor.
- **Proveedor.-** Toda persona de carácter público y privado que desarrolle actividades de producción tiene todo el derecho de cobrar un precio o poner una tarifa.
- **Publicidad.-** Es la comunicación comercial de cualquier actividad comercial que va dirigida al consumidor por cualquier medio idóneo.

CAPÍTULO II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República.

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios.
2. Derecho a promover productos y servicios de alta calidad.
3. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva.
4. Derecho a la educación del consumidor.
5. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios. (Código de Comercio, 2012)

LEY DE COMPAÑÍAS

Sección I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajere obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o

representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas. (Ley de Compañías, 2012)

RESOLUCIÓN No. SC.Q.ICI.CPAIFRS.11.

MARCELO ICAZA PONCE

SUPERINTENDENTE DE COMPAÑÍAS

CONSIDERANDO:

QUE, el Art. 294 de la ley de Compañías faculta al Superintendente de Compañías, determinar mediante resolución los principios contables que aplicarán obligatoriamente en la elaboración de los estados financieros, las compañías y entidades sujetas a su control;

Que el Art. 295 del mismo cuerpo legal le confiere atribuciones para reglamentar la oportuna aplicación de tales principios;

QUE, mediante Resolución No. SC.Q.ICI.004 de 21 de agosto de 2006, publicada en el Registro Oficial No. 348 de 4 de septiembre del mismo año, la Superintendencia de Compañías dispuso que sus controladas adopten las Normas Internacionales de Información Financiera "NIIF", a partir del 1 de enero de 2009;

QUE, mediante Resolución No. 08.G.DSC.010 del 20 de noviembre de 2008, publicada en el Registro Oficial No. 498 del 31 de diciembre de 2008, el Superintendente de Compañías estableció el cronograma de aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera "NIIF" por parte de las compañías y entes sujetos al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, determinando tres grupo;

QUE, en el numeral 3 del Art. Primero de la resolución citada en el considerando anterior, se señala que el tercer grupo de compañías no consideradas en los dos grupos anteriores, aplicarán NIIF a partir del 1 de enero de 2012;

QUE, EL Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB), en julio de 2009 emitió la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES), cuya versión en español se editó en septiembre del mismo año;

QUE, con Resolución No. SC-INPA-UA-G-10-005 de 5 de noviembre de 2010, publicada en el Registro Oficial No. 335 de 7 de diciembre de 2010, la Superintendencia de Compañías acogió la clasificación de PYMES, en concordancia con la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260;

QUE, el Art. 433 de la Ley de Compañías faculta al Superintendente de Compañías para expedir regulaciones, reglamentos y resoluciones que considere necesarios para el buen gobierno, vigilancia y control de las compañías sujetas a su supervisión; y,

En ejercicio de las atribuciones conferidas por la ley,

RESUELVE

ARTICULO PRIMERO.- Para efectos del registro y preparación de estados financieros, la Superintendencia de Compañías califica como PYMES a las personas jurídicas que cumplan las siguientes condiciones:

- a) Activos totales inferiores a CUATRO MILLONES DE DÓLARES;
- b) Registren un Valor Bruto de Ventas Anuales inferior a CINCO MILLONES DE DÓLARES; y,
- c) Tengan menos de 200 trabajadores (Personal Ocupado). Para este cálculo se tomará el promedio anual ponderado.

Se considerará como base los estados financieros del ejercicio económico anterior al periodo de transición.

ARTÍCULO TERCERO.- Toda compañía sujeta al control de esta Superintendencia, que optare por la inscripción en el Registro de Mercado de Valores, aplicará NIIF completas, siendo su periodo de transición el año inmediato anterior al de su inscripción;

ARTÍCULO CUARTO.- Si una compañía regulada por la ley de Compañías, actúa como constituyente u originador en un contrato fiduciario, a pesar de que pueda estar calificada como PYME, deberá aplicar NIIF completas;

ARTÍCULO OCTAVO.- Si la Institución, ejerciendo los controles que le facultan la ley de Compañías y la ley de Mercado de Valores, estableciere que los datos y cifras que constan en los estados financieros presentados a la Superintendencia de

Compañías, no responden a la realidad financiera de la empresa, se observará al representante legal, requiriéndole que presente los respectivos descargos, para cuyo efecto se concederá hasta el plazo máximo previsto en la Ley de Compañías y Ley de Mercado de Valores; de no presentar los descargos requeridos, se impondrán las sanciones contempladas en las leyes de la materia y sus respectivos Reglamentos.

ARTÍCULO DÉCIMO.- Sin perjuicio de lo señalado anteriormente, cualquiera de las compañías calificadas como PYME podrá adoptar NIIF completas para la preparación y presentación de sus estados financieros, decisión que comunicará a la Superintendencia de Compañías, debiendo posteriormente cumplir con las respectivas disposiciones legales.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO.- La presente Resolución entrará en vigencia desde esta fecha, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dada y firmada, en Quito, Distrito Metropolitano, a 12 de enero de 2011.
(Superintendencia de Compañías, 2011)

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

LEYES QUE CONTROLAN EL EMPLEO DE LA TECNOLOGÍA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER LAS VENTAS

SECCIÓN II

Derechos de igualdad e interculturalidad

Art. 31.- Derecho a la creación de medios de comunicación social.- Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas.- La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley.

Art. 33.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación.- Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo. (Ley de Comunicación, 2010).

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Capacitación. Instruir a una o varias personas que aprendan nuevos conocimientos y habilidades permitiendo que logre en realizar sus nuevas ocupaciones laborales asignadas.

Centralizada. Dicho del poder público: Asumir facultades atribuidas a organismos locales. (Real Academia España, 2014).

Ciberespacio. Es el ambiente virtual que nos puede brindar una computadora.

Ciudadano Digital. Es la o las personas que ingresan a plataforma digitales de cualquier índole por medio del internet.

Clima Laboral. Es el ambiente donde se desenvuelve el trabajo.

Comercio Electrónico. En sí, consiste para las compras y ventas de diversos tipos ya sea sobre información, productos y servicios por medios de las redes.

Competitiva. Pertenece o relativo a la competición.

Computadora. Ordenador que le permite guardar información de la tarea que se encuentre realizando permitiendo que vuelva trabajar en la misma tarea o una nueva.

Comunicación. Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujeas, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.

Cultura Digital. Es el fenómeno global que atraído la tecnologías en la sociedad.

Desarrollo Comercial. Es el crecimiento de la actividad empresarial permitiendo en estar en los primeros podios de la plaza de mercado que se encuentra.

Desempleo. Es la acción que pasan una o varias personas que tiene los conocimientos y habilidades idónea para poder laborar pero no logran conseguir trabajo por diversas circunstancias.

Equipos Tecnológicos. Permite en ayudar que las vidas de las personas se hagan menos complicadas.

Escritura Digital. Es la acción que se realiza por medio de un ordenador o de un dispositivo móvil con o sin internet haciéndonos más fácil y rápido en comunicarnos.

Gerenciar. Administrar una empresa.

Globalización. Es la acción y el efecto de integración de personas.

Hipertexto. Texto que contiene elementos a partir de los cuales se puede acceder a otra información. (Real Academia Española, 2014).

Inmigrante Digital. Son las personas mayores que se deben adaptar a la tecnología.

Desarrollo e Innovación. Creación, modificación y avance de un producto X, para introducir en un mercado cualquiera.

Internet. Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.

Marketing Electrónico. Se fundamenta en utilizar el internet como la mejor herramienta publicitaria hoy en día, permitiendo que se conozca las actividades que las empresas realizan con el objetivo de vender a las personas.

Medios Digitales. Es el audio, video e imagen que se encuentra codificada.

Mercadear. Hacer trato o comercio de mercancías. (Real Academia Española, 2014).

Modernización. Es una consecuencia de llegar a una gestión de modernizar.

Nativo Informático o Digital. Se lo denominan así a las personas nacida a partir de 1990 porque tienen una psicocognitiva diferente que le permite relacionarse con el internet de forma muy rápida con su uso a medida que este seguía creciendo en el transcurso del tiempo.

Nuevas tecnologías. Son los avances tecnológicos que nos servirá para nuestro bienestar.

PYMES. Se las conoce como las pequeñas y medianas empresas que abarcan cierta cantidad específica en trabajadores y en ingresos financiero y pueden realizan diferentes tipos de actividades económicas.(SRI, 2014).

Problemas Financieros. Es una situación que ninguna persona de cualquier clase social se encuentra a salvo porque intimida día a día la fortuna lo cual logra un efecto de pérdidas si no sabe manejar las finanzas permitiendo que el negocio caiga hasta quebrarlo económicamente.

Redes Sociales. Son sitios de internet que permiten comunicarse con otras personas de una manera virtual.

Resistencia al cambio. Es el miedo a lo desconocido y se logra dar por la inseguridad de tener pérdidas valiosas sin salir favorecido.

Sitio Web. Es un documento o pagina de un tema cualquiera que se encuentra guarda en el buscador del internet permitiendo que otros lo puedan ver y utilizar.

Socialización. Es el efecto de llegar a una acción de socializar con otras personas o individuos.

Tecnología de la información y la Comunicación. Es la acción que nos permite andar vinculados con la comunicación al día accediendo por medio de un ordenador o de un dispositivo móvil.

TIC's. Siglas utilizadas para identificar a las Tecnologías de la información y la Comunicación.

Trust. Son asociaciones de compañías que ocasionan un monopolio de ámbito nacional o internacional.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

Las tecnologías de la información y comunicación inciden en el desarrollo comercial de las PYMES del cantón Milagro.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- El conocimiento de las nuevas tecnologías incide en el clima laboral de las Pymes del Cantón Milagro.
- La resistencia al cambio de los propietarios incide en el desarrollo e innovación en las pymes del cantón Milagro.

- La capacitación de los propietarios y empleados afecta al uso adecuado de las TIC's en las pymes del cantón Milagro.
- Los problemas financieros afectan al equipamiento tecnológico de las pymes del cantón Milagro.

2.4.3 Declaraciones de Variables

Cuadro 1. Declaración de variables

| HIPÓTESIS GENERAL | VARIABLES |
|--|--|
| Las tecnologías de la información y comunicación inciden en el desarrollo comercial de las PYMES del Cantón Milagro. | Dependiente(x): Desarrollo comercial |
| | Independiente(Y): Tecnología de información y comunicación |
| HIPÓTESIS PARTICULARES | VARIABLES |
| El conocimiento de las nuevas tecnologías incide en el clima laboral de las Pymes del Cantón Milagro. | Dependiente(x): Clima laboral |
| | Independiente(Y): Nuevas tecnologías |
| La resistencia al cambio de los propietarios incide en el desarrollo e innovación en las pymes del cantón Milagro. | Dependiente(x): Desarrollo e Innovación |
| | Independiente(Y): Resistencia al cambio |
| La capacitación de los propietarios y empleados afecta al uso adecuado de las TIC's en las pymes del cantón Milagro. | Dependiente(x): Uso de las TIC's |
| | Independiente(Y): Capacitación |
| Los problemas financieros afectan al equipamiento tecnológico de las pymes del cantón Milagro. | Dependiente(x): Equipos tecnológicos |
| | Independiente(Y): Problemas financieros |

Fuente: Matriz de Problematización

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 2. Operacionalización de las variables

| VARIABLES | CONCEPTUALIZACIÓN | DIMENSIÓN | INDICADOR | INSTRUMENTO |
|---|---|--|--|-------------------------|
| TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN | Colección de tecnologías usadas para el procesamiento, almacenamiento y comunicación de datos con el uso de la informática. | Internet Teléfonos móviles Televisión Radio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tarifas de acceso a internet ▪ Tarifas de telefonía móvil ▪ Porcentaje de aparatos de televisión por cada 100 habitantes ▪ Porcentaje de aparatos de radio por cada 100 habitantes. | Encuesta, Entrevista |
| DESARROLLO COMERCIAL | Es el proceso mediante el cual se posicionan los productos y servicios en un mercado determinado, sobre todo, cuando son nuevos productos o servicios, o con el mismo producto o servicio, en nuevos nichos de mercado. | Social Financiera Humana | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proporción de población que cuenta con un ingreso salarial o negocio propio ▪ Proporción de sucursales financieras por cada 1.000 adultos ▪ Promedio mensual de atención al cliente | Encuesta, Entrevista |

| VARIABLES | CONCEPTUALIZACION | DIMENSION | INDICADOR | INSTRUMENTO |
|--------------------------------|---|--|--|-----------------------------|
| NUEVAS TECNOLOGÍAS | Son los nuevos intermediarios que permitirá interactuar con las vareadas comunicaciones que existe. | Páginas Web Artefactos Tecnológicos | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proporción de empresas con presencia en la web. ▪ Tasa de usuarios con artefactos de última tecnología. | Encuesta, Entrevista |
| CLIMA LABORAL | Es el entorno donde se desenvuelven los trabajadores. | Ambiente de trabajo | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encuesta de niveles de satisfacción de los empleados. | Encuesta, Entrevista |
| RESISTENCIA AL CAMBIO | No permite los avances para el progreso que se esté desempeñando. | Conflicto Funcionales | <ul style="list-style-type: none"> • Empleados o equipo de trabajo cuestionan o muestran desinterés en la nueva forma de trabajar. | Encuesta, Entrevista |
| DESARROLLO E INNOVACIÓN | Consiste en alcanzar nuevas ideas para crear productos y servicios con la finalidad de mejorarlo. | Empresas | <ul style="list-style-type: none"> • Porcentajes del número de empresas que innova a la población seleccionada. | Encuesta, Entrevista |

| VARIABLES | CONCEPTUALIZACION | DIMENSION | INDICADOR | INSTRUMENTO |
|------------------------------|--|------------------------------|---|----------------------|
| CAPACITACIÓN | Enseñanza ordenada mediante el cual llegaran a ampliar nuevas habilidades. | Funcionamiento de la empresa | <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de adiestramientos al personal de la organización y a sus evaluaciones con puntuación aceptable | Encuesta, Entrevista |
| USO DE LAS TIC'S | Consiste en utilizar diversos medios tecnológicos para lo laboral. | Medios Informáticos | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Porcentaje de población que conocen de las ventajas de los medios informáticos. | Encuesta, Entrevista |
| PROBLEMAS FINANCIEROS | No tener ingreso considerable para pagar sus cuentas. | Endeudamiento Liquidez | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proporción de empresas con capacidad de endeudamiento. ▪ Proporción de empresas con liquidez y solvencia | Encuesta, Entrevista |
| EQUIPOS TECNOLÓGICOS | Son herramientas aliadas con la tecnología que permite realizar tareas establecidas. | Computadora | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Porcentaje de computadoras por cada 100 habitantes. | Encuesta, Entrevista |

Fuente: Matriz de Problematización.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En lo referente al diseño, esta investigación es de carácter cualitativa, porque procura abarcar el dinamismo del proceso del conocimiento y la conducta que tiene nuestra población establecida sobre el impacto que tienen las TIC's en las pymes del cantón Milagro. Sus variables son cualitativas.

Los tipos de investigación que se utilizaron en el trabajo fueron:

Investigación descriptiva

El estudio es descriptivo motivo por el cual se obtuvieron datos recopilados de información que logramos conseguir para el proyecto mediante encuestas y entrevistas que aportaron a la obtención de los objetivos establecidos.

Investigación documental

A poner en práctica esta investigación documental se logró relacionar algunas variables determinadas en el problema que están afectando a las TIC's en las pymes del cantón Milagro, dilucidando algunas inquietudes que ayudaron a comprobar las hipótesis planteadas.

Investigación exploratoria

Se aplica esta investigación por medio de la recopilación de datos preliminares donde adquirimos derivados conocimientos hacia el tema que estamos investigando con el fin de brindar como una contribución para realizar los problemas y también a las revisiones de las hipótesis, consiguiendo a obtener la decisión necesaria para terminar el estudio.

Instrumentos usados en el estudio. Son los siguientes:

- **Las entrevistas con los expertos.** Logramos establecer diálogos con algunos dueños de las pymes del cantón Milagro que nos permitió conocer sus pensamientos, su experiencia y otro tipo de información sobre las TIC's, que permitieron sacar importantes conclusiones.
- **Las encuestas.** Se utilizó este instrumento investigativo para tener una idea más clara de los conocimientos que tiene nuestra población y los dueños de las pymes del cantón Milagro sobre el uso de las TIC's formulando preguntas cerradas y facilitando opciones para que elija lo que considere a su criterio, con el propósito de darle más confidencialidad.

De campo

La investigación se realizó a los pequeños y medianos negocios formales de cualquier índole del Cantón Milagro.

Recalcamos todas estos tipos de investigación sirvieron para concretar con mayor exactitud el problema investigativo.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Característica de la población

El universo a evaluar fueron las pequeñas y medianas empresas del cantón Milagro, que cuenta con 418 negocios formales de cualquier sector que realice actividades comerciales, como según indica en los datos conseguidos por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo), que ha recopilado según la última proyección al 2012.

3.2.2 Delimitación de la población

La investigación se realizó en la ciudad de Milagro que cuenta con un fragmento de 418 PYMES formales, implicando en tomar la muestra de esta población como finita.

3.2.3 Tipo de muestra

Se aplicó una muestra de tipo probabilística porque se basó en las encuestas y entrevistas aplicadas en tiempo actual a los dueños de las pymes formales del cantón Milagro con el propósito de iniciar el estudio.

3.2.4 Tamaño de la muestra

El procedimiento a tomar para la investigación se basó en el modelo no probabilístico para establecer la dimensión de la muestra requerida.

Donde:

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

Interpretando obtenemos lo siguiente:

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + p q}$$

$$n = \frac{(418)(0,5)(0,5)}{\frac{(418-1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{104,5}{\frac{(417)(0,05)^2}{(1,96)^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{104,5}{\frac{(417)(0,0025)}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{104,5}{\frac{1,0425}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{104,5}{0,271371303 + 0,25}$$

$$n = \frac{104,5}{0,521371303}$$

$$n = 200$$

3.2.5 Proceso de selección

Se seleccionó la muestra por cuotas para la investigación porque se destinó las encuestas conforme al resultado que proporcionó la muestra a los 200 dueños de pymes del cantón Milagro.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

Se trataron con responsabilidad los siguientes métodos de investigación:

- **Método Inductivo - Deductivo:** Porque permite emplear soluciones de manera absoluta de la problematización, con el fin de obtener conclusiones a los problemas.
- **Método Hipotético - Deductivo:** Consiste en la base de las hipótesis ya establecidas en la investigación, lográndose atestiguar determinada compostura en el transcurso de su desempeño que son estudiadas en las encuestas suministradas para dar con nuevas soluciones a su verificación general del estudio específico.

3.3.2 Métodos empíricos

La exploración realizó un proceso de observación científica, debido a que es el método más manejado para almacenar información con el fin de desarrollar y aplicarla en la tesis por medio del estudio documental, que permitió obtener conclusiones que respalden el estudio de la investigación.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Las técnicas utilizadas para la investigación serán las siguientes:

Encuesta. Se confeccionaron preguntas para hacer sondeo de las opiniones diferentes de los dueños de las pymes del cantón Milagro. La encuesta consta con un cuestionario de 10 preguntas de tipo cerradas personificando en tablas y a través de gráficos estadísticos con sus pertenecientes conclusiones y recomendaciones.

Entrevista. Este instrumento permitió identificar varios puntos de vista obtenidos a través de las preguntas precisas aplicadas a algunos dueños de las pymes del cantón Milagro, para aproximarse a la información que examinamos. Se diseñó el

cuestionario de 10 preguntas de tipo abiertas y cerradas, relacionadas con el tema investigado.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Los datos deseados fueron tabulados y revelado mediante gráficos estadísticos por intermedio de diagramas pastel, en donde se muestra los resultados porcentuales, con lo que cuenta el estudio. Y además la herramienta a utilizar y la más conocida fue el práctico office Excel, desenvolviéndose de una manera fácil como es la computarizada.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

En nuestros días, coexistimos en un mundo globalizado por la tecnología, donde la humanidad ha venido percatándose que es una herramienta muy útil que ofrece un sin número de opciones para crear, administrar y modificar cualquier actividad que por la que se incline o ya ha venido forjándose en el transcurso del tiempo de la forma más rápida y sencilla, permitiendo a las grandes empresas a utilizar de manera eficaz y eficiente la tecnología informática como un medio de difusión hacia los clientes con el resultado de obtener beneficios para el avances de la empresa.

Además, es esencial hoy en día que las PYMES Milagreñas apliquen la tecnología informática como una herramienta que es adecuada para desempeñar funciones, es por esta razón que se ha decidido aplicar para la investigación estas encuestas enfocada a los dueños de las PYMES del Cantón Milagro, para saber las opiniones y sus reacciones acerca de promover la tecnología informática a una razón de urgencia de formalizarse con los cambios que atrae como un medio de difusión para el crecimiento de las Pymes y de este modo impulsar este tipo de negocios para que se fortalezcan a corto o mediano plazo.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

DATOS DEL ENCUESTADO

Cuadro 3. Por Género

| Género | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Femenino | 80 | 40% |
| Masculino | 120 | 60% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

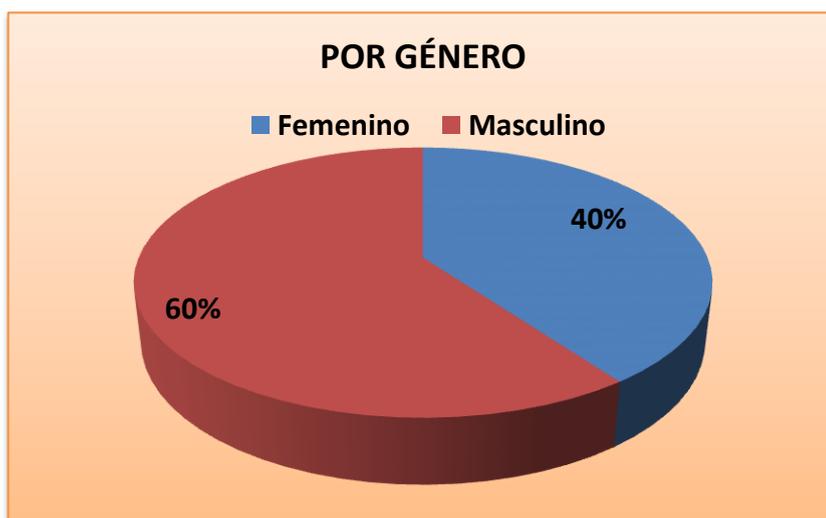


Figura 1. Total de encuestados por género

Interpretación:

Según los datos de la encuesta muestra un porcentaje, que son los hombres que administran más PYMES en esta ciudad con (60%) comparando con las mujeres con un (40%). (Ver el cuadro 3 y el gráfico 1) lo cual demuestra que pese a los cambios de mentalidad con relación a la incorporación de la mujer a las actividades económico - productivas aún se mantienen muy rezagadas.

Cuadro 4. Nivel de Instrucción

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| Primaria | 42 | 21% |
| Secundaria | 62 | 31% |
| Nivel Superior | 92 | 46% |
| Posgrado | 2 | 1% |
| Otros | 2 | 1% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

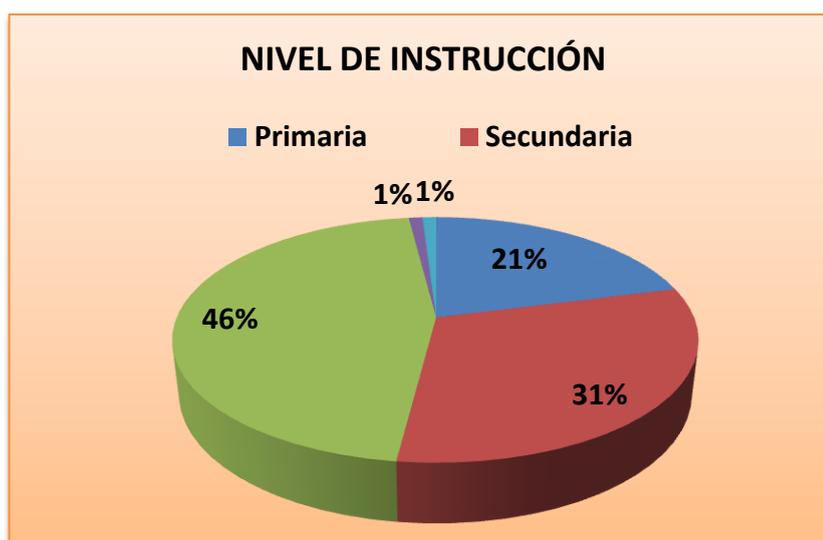


Figura 2. Nivel de instrucción

Interpretación:

Según la distribución numérica y porcentual, del total de 200 encuestados. El 46%, es decir 92 emprendedores tienen educación superior; 31%, lo que hace que 62 personas tienen educación secundaria; 21%, es decir 42 microempresarios tienen educación primaria; 2 personas, lo que corresponde al 1% tienen posgrado y 2 personas, es decir un 1% tiene otro tipo de preparación. (Ver el cuadro 4 y el gráfico 2). Los datos revelan que las Pymes están en manos de personal capacitado que puede incorporar las tecnologías informáticas sin dificultades.

Cuadro 5. Edad

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|-------------------|-------------------|
| 18-28 | 34 | 17% |
| 29-39 | 98 | 49% |
| 40 en adelante | 68 | 34% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

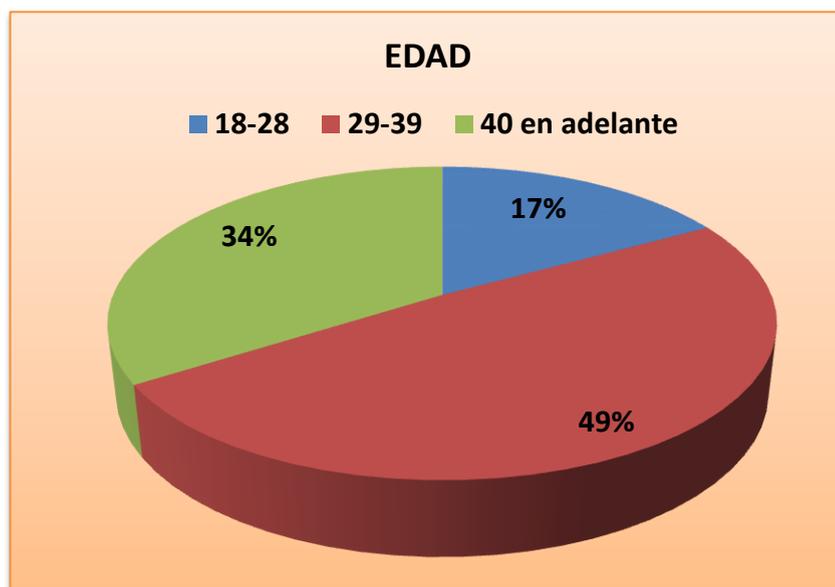


Figura 3. Edad

Interpretación:

De acuerdo a los resultados de la muestra el 49% de los propietarios de Pymes, es decir 98 personas están en edades entre los 29 y 39 años de edad; el 34% es decir 68 personas tiene más de cuarenta años y el 17%, lo que hace 34 personas están entre los 18 y 28 años (Ver el cuadro 5 y el gráfico 3) lo que demuestra que la economía emprendedora está bajo la responsabilidad de la juventud.

Pregunta 1

¿A QUÉ SECTOR ECONÓMICO PERTENECE EL NEGOCIO?

Cuadro 6. Sectorización

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Agricultura | 16 | 8% |
| Comercial | 102 | 51% |
| Industrial | 28 | 14% |
| Servicios | 54 | 27% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

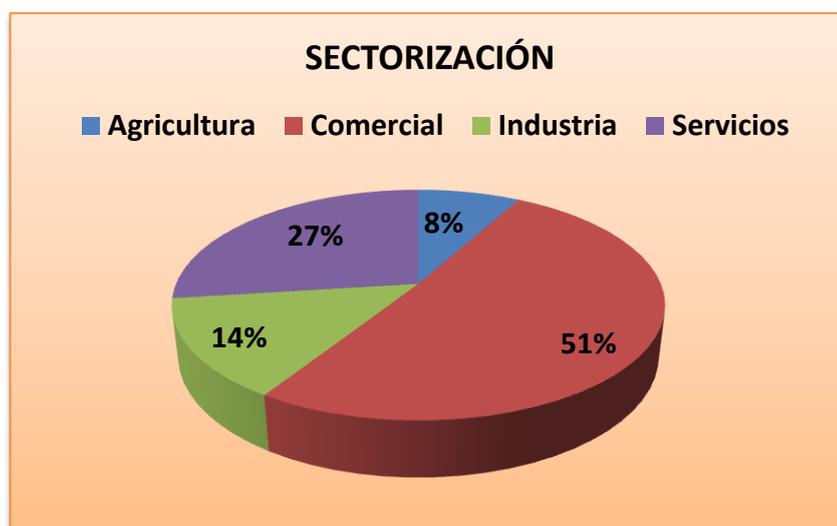


Figura 4. Sector económico

Interpretación:

Según la distribución numérica y porcentual, del total de 200 encuestados, 102, es decir el 51% de los pequeños empresarios, están dedicados al comercio; 54 personas, 27% se ocupan del área de servicios; 28 emprendedores es decir 14% se dedican a la industria y unas 16 personas, lo que hace un 8%, a agricultura. (Ver el cuadro 6 y el gráfico 4). Los datos reflejan que el comercio es la actividad

predominante en el cantón Milagro y es por su dinámica la que más necesita del apoyo de las tecnologías.

Pregunta 2

¿CUÁL ES EL TIEMPO QUE TIENE EL NEGOCIO?

Cuadro 7. *Tiempo del Negocio*

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|-------------|
| Manos de un año | 22 | 11% |
| Entre 1 a 3 años | 32 | 16% |
| Entre 3 a 5 años | 52 | 26% |
| Más de 5 años | 94 | 47% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.



Figura 5. Tiempo

.Interpretación:

Según la distribución numérica y porcentual, del total de los negocios encuestados, resulta que la mayoría, es decir 94, el 47% están funcionando desde hace más de cinco años; 52 negocios de los pequeños empresarios, lo que hace un 26% están en funcionamiento desde hace 3 años a 5 años; 32 negocios, 16% están abiertos entre

1 y 3 años y hay un 11% lo que significa un total de 20 negocios están en funcionamiento menos de un año. (Ver el cuadro 6 y el gráfico 4). Los datos reflejan que la actividad económica goza de estabilidad.

Pregunta 3

LA PERSONA QUE ADMINISTRA EL NEGOCIO ES:

Cuadro 8. Personal que Administra

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|-------------|
| Dueño | 102 | 51% |
| Familiar del dueño | 68 | 34% |
| Empleado | 30 | 15% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.



Figura 6. Personal que administra

Interpretación:

Según el resultado numérico y porcentual, 102 negocios lo que representa un 51% están administrados por sus dueños; 68 negocios, un 34% están dirigidos por

familiares del dueño y 30 microempresas, lo que hace un 15% están gerenciadas por empleados. (Ver el cuadro 8 y el gráfico 6). Los datos demuestran que la actividad de las Pymes es básicamente manejada por sus propios dueños.

Pregunta 4

ENTORNO AL NEGOCIO ¿CUÁL HA SIDO EL COMPORTAMIENTO EN CUANTO AL CRECIMIENTO DEL MISMO?

Cuadro 9. *Comportamiento del Negocio*

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------|------------|-------------|
| Satisfactorio | 48 | 24% |
| Medianamente satisfactorio | 88 | 44% |
| Poco satisfactorio | 46 | 23% |
| Insatisfactorio | 18 | 9% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

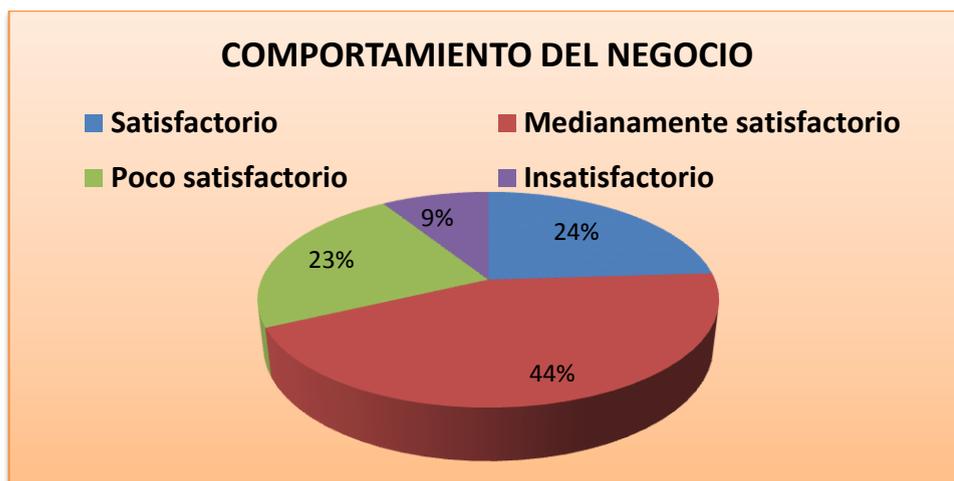


Figura 7. Comportamiento del negocio

Interpretación:

Según los resultados del análisis, 88 negocios lo que representa un 44% pueden cuadrarse en un crecimiento medianamente satisfactorio; 48, lo que hace un 24%

crecen de manera satisfactoria; un 9% que representa 18 negocios tiene un crecimiento insatisfactorio y por último, 46 negocios, 23% ofrecen resultados negativos.(Ver el cuadro 8 y el gráfico 6). Los datos demuestran que la actividad de las Pymes ha alcanzado a la fecha un resultado positivo pero con necesidad de mejorar.

Pregunta 5

EN CUANTO AL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES ¿EL NEGOCIO CUENTA CON TECNOLOGÍA INFORMÁTICA?

Cuadro 10. Cuenta con Tecnología Informática

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Totalmente | 38 | 19% |
| Parcialmente | 109 | 55% |
| Ninguna | 53 | 27% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

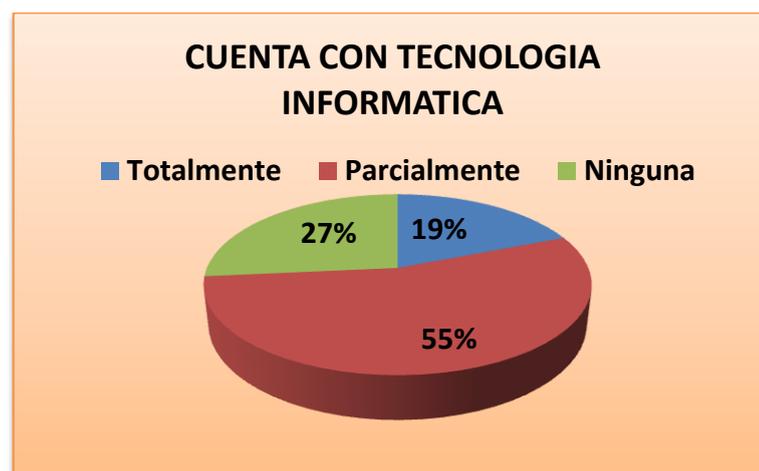


Figura 8. Cuenta con tecnología informática

Interpretación:

Según los resultados del análisis, 109 negocios lo que representa un 55% cuentan parcialmente con tecnología; 53 negocios, lo que hace un 27% no cuentan con

tecnología informática; solo un 19% que representa a 38 negocios está provisto de tecnología suficiente. (Ver el cuadro 10 y el gráfico 8). Los datos demuestran que el nivel informático de la pymes es aún muy deficiente o sub utilizado, factores que afectan al crecimiento económicos.

Pregunta 6

RESPECTO AL NEGOCIO, DISPONE USTED DE PERSONAL ESPECIALIZADO EN ESTA ÁREA, PARA TENER UNA MEJOR GESTIÓN ADMINISTRATIVA:

Cuadro 11. *Dispone Personal Especializado*

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Poco | 84 | 42% |
| Todos | 40 | 20% |
| Ninguno | 76 | 38% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.



Figura 9. Dispone personal especializado

.Interpretación:

Según los resultados del análisis, 84 negocios lo que representa un 42% cuentan con poco personal especializado; 76 negocios, lo que hace un 38% no cuentan con

personal especializado para el manejo de tecnología; solo un 38 % que representa a 40 negocios cuenta con todo el personal necesario para aprovechar los recursos tecnológicos. (Ver el cuadro 11 y el gráfico 9). Los datos demuestran que las pymes no cuentan con el suficiente personal especializado para aprovechar la tecnología.

Pregunta 7

¿CONOCE USTED DE NEGOCIOS EN ESTA CIUDAD QUE INVIERTA EN SU CAPITAL DE TRABAJO PARA ADAPTARSE MAS RAPIDO A LA TECNOLOGÍA EN INFORMÁTICA?

Cuadro 12. Negocio que apliquen la Tecnología en Informática

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Mucho | 64 | 32% |
| Poco | 86 | 43% |
| Ninguno | 50 | 25% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

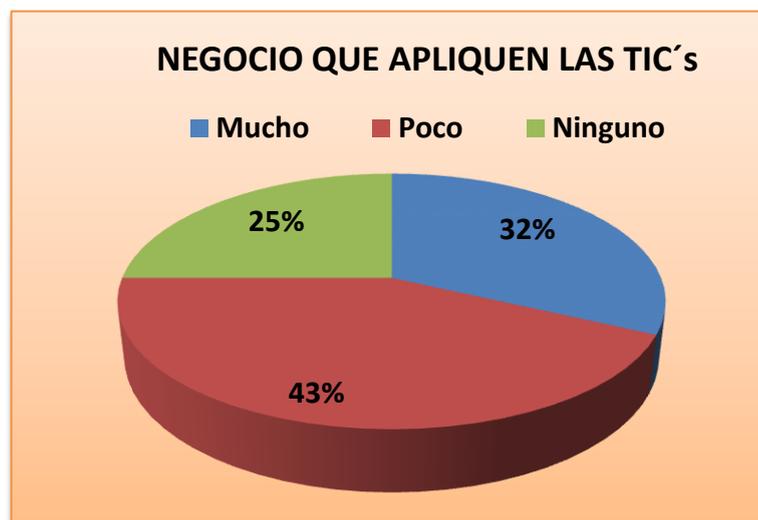


Figura 10. Negocio que apliquen la tecnología en informática

Interpretación:

Según los resultados del análisis, 86 empresarios lo que representa un 43% admiten que sus empresas invierten poco en tecnología; en 64 negocios, lo que

hace un 32% se invierte mucho en tecnología; solo un 25% que representa a 50 negocios no realizan ninguna inversión en tecnología. (Ver el cuadro 11 y el gráfico 9). Los datos demuestran que las pymes no consideran prioritaria la inversión en tecnología.

Pregunta 8

LE CONVENDRIA PARA LAS PYMES DE ESTE CANTÓN EN REALIZAR INVESTIGACIONES DE MERCADOS PARA LOGRAR UNA MEJOR POSICIÓN COMERCIAL, USTED ESTARIA:

Cuadro 13. *Le convendría para las pymes en realizar investigaciones de mercados para lograr posición comercial*

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|-------------|
| Totalmente de acuerdo | 108 | 54% |
| Poco de acuerdo | 36 | 18% |
| En desacuerdo | 56 | 28% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.



Figura 11. *Le convendría para las pymes en realizar investigaciones de mercados para lograr posición comercial*

Interpretación:

Según los resultados del análisis, 108 empresarios lo que representa un 54% consideran que es estratégico realizar investigaciones de mercado para mejorar la posición empresarial; 56 negocios, lo que hace un 28% consideran innecesario este

procedimiento; y un 18 % que representa a 34 están un poco de acuerdo. (Ver el cuadro 13 y el gráfico 11). Los datos demuestran aún no se masifican las estrategias empresariales que garantizan el éxito seguro en los negocios.

Pregunta 9
CON RESPECTO A LA EXPANSIÓN EMPRESARIAL, EL FINANCIAMIENTO QUE LLEVAN LAS PYMES DEL CANTÓN MILAGRO SERÁ:

Cuadro 14. Con respecto a la expansión empresarial, el Financiamiento que llevan las pymes del Cantón Milagro será:

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente | 6 | 3% |
| Muy Bueno | 6 | 3% |
| Bueno | 46 | 23% |
| Regular | 112 | 56% |
| Malo | 30 | 15% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

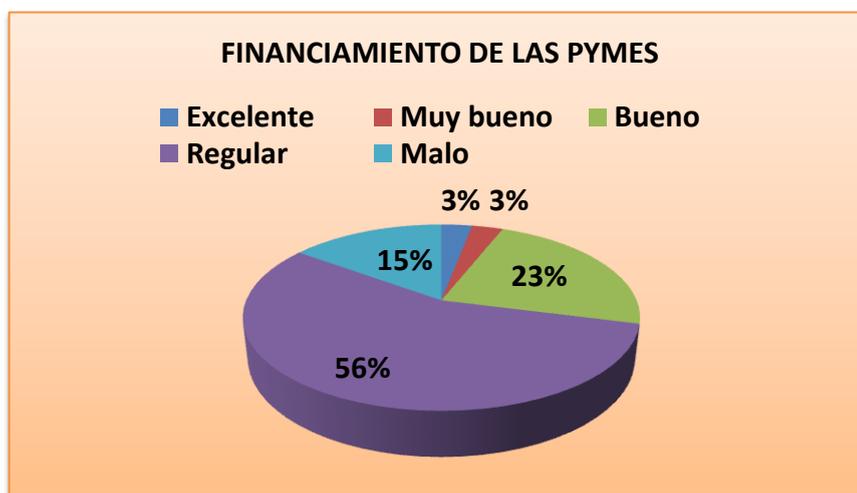


Figura 12. Con respecto a la expansión empresarial, el financiamiento que llevan las pymes del cantón milagro será:

.Interpretación:

Según los resultados del análisis, 112 empresarios lo que representa un 56% opinan que el financiamiento que obtengan las pymes será regular; 46, lo que hace un 23% consideran que el financiamiento será bueno; un 15% que representa a

30 consideran que la inversión será mala; 6 encuestados, lo que representa un 3% consideran que la inversión será muy buena y un 3%, es decir 6 empresarios consideran que el financiamiento será excelente. (Ver el cuadro 14 y el gráfico 12). Por los datos podemos concluir que los microempresarios no confían en obtener apoyo económico a futuro.

Pregunta 10

¿CONSIDERA NECESARIO QUE LAS PYMES MILAGREÑAS, DEBERÍAN EMPLEAR LA TECNOLOGÍA INFORMÁTICA PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DEL CANTÓN?

Cuadro 15. Necesario emplear la Tecnología en Informática para el Desarrollo Comercial del Cantón

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente | 6 | 3% |
| Muy Bueno | 6 | 3% |
| Bueno | 46 | 23% |
| Regular | 112 | 56% |
| Malo | 30 | 15% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión



Figura 13. Necesario emplear la tecnología en informática para el desarrollo comercial del cantón

Interpretación:

Según el resultado numérico y porcentual, 111 negocios lo que representa un 56% consideran muy necesaria la implementación de la tecnología informática para la

expansión de las Pymes; 42 microempresarios lo que corresponde un 21% admiten que es necesario; 28 microempresas, lo que hace un 14% piensan que es medianamente necesario; 13 personas lo que corresponde al 7% opinan que es poco necesario y 6 personas, el 3% piensan que no es necesario. (Ver el cuadro 15 y el gráfico 17). Los datos demuestran la incorporación de las tecnologías informáticas resultan un imperativo para la economía actual.

4.2.1 Resultados de la entrevista efectuada a propietario de pymes

Cuadro 16. Entrevista Efectuada

| ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIO DE LA PYMES | | |
|---|---|----------------------|
| Nombre de la empresa: YAHVEH JIREH | Nombre del entrevistado: ING. Oscar Sánchez Freire | Puesto: Dueño |
| PREGUNTAS: | RESPUESTAS: | |
| 1. ¿Qué lo motivo a ponerse este tipo de negocio? | “Me motivo porque en estos tiempos el avance tecnológico es muy importante y lucrativo ya que se obtiene buenas remuneraciones siempre y cuando debemos estar al día para dar unos buenos servicios”. | |
| 2. ¿Cómo define usted la Tecnología en informática? | “Es una herramienta muy importante a nivel comercial, financiero para los negocios porque permite utilizarla como un medio de difusión para atracción de cliente”. | |
| 3. ¿Qué piensa usted acerca del impacto que trae la Tecnología en informática para las PYMES del cantón Milagro? | “Es un aporte muy importante para las pequeñas y medianas empresas de una de otra forma brindan un servicio y fuente de trabajo para las personas”. | |

| | |
|--|--|
| <p>4. ¿Usted consideraría que la tecnología en informática es una herramienta que le permite gestionar mejor su negocio? ¿Porque?</p> | <p>“Sí, porque la mayoría de actividades hoy en día se lo realizan con tecnología en informática y porque ofrece para mi opciones para administrar cualquier actividad que apetezca de mi negocio”.</p> |
| <p>5. Según su perspectiva ¿Qué consecuencias traería, si lograra implementar la tecnología informática en su negocio?</p> | <p>“Para mí, hoy en día al negocio le vendría en caer como una herramienta muy útil que les permita a mis clientes realizar sus operaciones más rápido”.</p> |
| <p>6. Según su criterio ¿Cuál sería la manera más adecuada sin considerar la tecnología en informática para gestionar el negocio?</p> | <p>“Pienso yo de seguir aplicando la misma administración tradicional pero no me traería mucho beneficio la manera para solucionarlo de una forma momentánea y rápida asignaría nuevas funciones a mis empleados con mayores experiencias aparte de lo que estaban ya empleando hace varios años atrás e implementaría máquinas con mayor capacidad para que el cliente se satisfaga mucho mejor aunque tendría que perder una fuerte cantidad de dinero”.</p> |
| <p>7. ¿Su negocio como se encuentra actualmente?</p> | <p>“El crecimiento de mi negocio se sigue manteniendo medianamente satisfactorio apuntemos así, porque no es lo mismo como los años pasados que su crecimiento era gustoso digamos que aún permanezco con un buen estado”.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>8. ¿Cómo visualiza usted el desarrollo socioeconómico del Cantón Milagro con respecto a la cultura tecnológica en unos futuros 5 años?</p> | <p>“Dice la biblia que la ciencia aumentara muy considerable en los últimos tiempos pero creo yo que nadie puede ver el futuro pero si puede formar tu presente en fin pienso yo que no sabía cómo sería”.</p> |
| <p>9. ¿Considera cual seria los beneficios para el negocio si pensaría en añadir la Tecnología en informática?</p> | <p>“Por lo general para mí me traía muchos beneficios pero siempre y cuando le sabemos utilizar bien esa herramienta porque nos permitirá crear, administrar y modificar cualquier actividad para luego utilizarla como un medio más rápido de difusión hacías los clientes establecidos y futuros”.</p> |
| <p>10. ¿Qué consejos le daría a los dueños de las PYMES Milagreñas que quieran implementar la tecnología en informática?</p> | <p>“Que sigan adelante y que se capaciten porque pienso que le dará muy buenos resultados en un futuro muy cercano”.</p> |

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

4.3 RESULTADOS

Milagro es una población con un alto nivel de emprendimiento lo que queda demostrado con el número de negocios encuestados, sin embargo existe una gran variabilidad en cuanto al posicionamiento de un alto porcentaje de ellas. Si se reflexiona sobre lo propuesto en el objetivo general, observamos que la ausencia o presencia de tecnología incide en el desarrollo comercial, sin embargo el algún micro empresarios tiene una actitud de conformidad que es uno de los factores que se debe transformar con la aplicación de la propuesta.

Los datos de la encuesta revelan que el conocimiento tecnológico es muy superficial, aunque algunos microempresarios poseen portátiles, tabletas, y teléfono con señal wifi, su uso es muy rudimentario, mientras tanto algunos continúan haciendo cuentas en calculadora a mano. Pero cada conocimiento tecnológico que se aplica marca indiscutiblemente un mejor posicionamiento empresarial.

La inversión de capital está orientada a la adquisición de mercadería o productos para la comercialización. No se observa inversión considerable en tecnología ya que las computadoras que poseen son equipos que deben ser repotenciados o sustituidos. No todos los negocios enfrenta estas dificultades, también hay pymes con una planta de empleados que superan la docena de personas y es evidente la inversión que han hecho en adecuaciones, mobiliario y también en tecnología pero son muy pocos y aun así tampoco han logrado aprovechar al máximo la tecnología adquirida. Lo expuesto demuestra que la inversión en tecnología hace la diferencia entre las pequeñas y medianas empresas.

Para la mayoría de los empresarios la investigación de mercado no es necesaria, se mantienen con sus clientes y les conocen los gustos y preferencias por lo que no creen necesario invertir en este tipo de investigaciones. También se da el caso de que las investigaciones son empíricas no realizadas con instrumentos científicos. Sin embargo las empresas que se preocupan de las variables del mercado cuentan con una mayor aceptación del público es ingresos superiores, lo que a su vez les permite mantener una planta de trabajadores estable.

Las empresas que han invertido en tecnología están mejor posicionadas pero es preciso aclarar que para lograrlo intervienen otros factores como ubicación, calidad del producto, precios, Marketing y promociones.

Son muy pocos los empresarios que tienen conocimiento de tecnología informática pese a contar con las computadoras por lo que se ven obligados a depender de personas en forma esporádica para que les ayuden a resolver problemas sencillos, esta limitación si les obstaculiza la intervención en otras áreas de la gestión administrativa. Por lo que se considera dominar la tecnología informática en las pymes, si va a influir en la gestión de los negocios.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 17. Verificación de Hipótesis

| Hipótesis General | Verificación |
|--|--|
| Las tecnologías de la información y comunicación inciden en el desarrollo comercial de las PYMES del Cantón Milagro. | La tecnología de información y comunicación incide en el desarrollo comercial de las PYMES del Cantón Milagro, lo cual se puede corroborar en la pregunta 10 de la encuesta y tres de la entrevista. |
| Hipótesis Particulares | Verificación |
| El conocimiento de las nuevas tecnologías incide en el clima laboral de las Pymes del Cantón Milagro. | El conocimiento de nuevas tecnologías por parte de los propietarios y empleados influye en el clima laboral de las Pymes del Cantón Milagro y se puede ratificar en la pregunta 6 de la encuesta y 4 de la entrevista. |
| La resistencia al cambio de los propietarios incide en el desarrollo e innovación en las pymes del cantón Milagro. | Efectivamente el desarrollo e innovación en las pymes del cantón Milagro solo depende de los dueños de los negocios porque son los únicos responsables, pero su resistencia al cambio les impide invertir en modernizaciones del capital de trabajo, lo cual se demuestra en las preguntas 3 y 7 de la encuesta y la 5 de la entrevista. |
| La capacitación de los propietarios y empleados afecta al uso adecuado de las TIC's en las pymes del cantón Milagro. | La capacitación de los propietarios y empleados afecta al uso adecuado de las TIC's en las pymes del cantón Milagro. Los encuestados lo exhibieron en las preguntas 7 y 8 de la encuesta y 9 de la entrevista. |
| Los problemas financieros afectan al equipamiento tecnológico de las pymes del cantón Milagro. | Mercedamente hay escases de inversión en equipos tecnológico por motivo que hay problema financiero en las pymes del cantón Milagro y se la puede hallar en las preguntas 2 y 9 de la encuesta y la 9 de la entrevista. |

Fuente: Encuesta y entrevista realizada a los dueños y administradores de las Pymes.

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1 TEMA

Creación de un plan de capacitación en tecnologías de la información y comunicación para los dueños de las pymes del cantón Milagro.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Las Pymes- Pequeñas y Medianas industrias- abarcan un segmento indeterminado de la población económicamente activa, sus márgenes de inclusión incorporan desde negocios familiares hasta pequeñas empresas industriales con capacidad de exportación internacional.

Algunos parámetros nos permiten delimitar el concepto de Pymes, entre ellos el número de personas que trabajan, el monto de las ventas anuales. Desde una visión general, se puede afirmar que generan el 60% del empleo, participan del 50% de la producción poseen un amplio potencial distributivo, son flexibles frente a los cambios, aunque adolecen de inadecuada y/o obsoleta tecnología, cuentan con un personal con escasa capacitación, dificultades para el financiamiento. Datos obtenidos de(PYMES ECUADOR).

Existen algunas formas de clasificar las Pymes, por ejemplo por la actividad específica que realizan.

Comercio al por mayor; Agricultura silvicultura y pesca; Industrias manufactureras; construcción; transporte, almacenamiento y comunicaciones; Bienes inmuebles y

servicios prestados a las empresas; Servicios comunales, sociales y personales. Datos obtenidos del (Servicios de Rentas Internas).

Otra forma de clasificarlas es, por el tipo de Ruc- Registro Único de Contribuyentes. Las Pymes se dividen en personas naturales y sociedades: las personas naturales está destinado para pequeñas empresas familiares y las sociedades que están conformadas por socios o accionistas.

Las Pymes movilizan la economía de las pequeñas y grandes localidades, son una importante fuente de trabajo además de permitir a los emprendedores optar por actividades autónomas. Existen alrededor de 15.000 Pymes registradas y dan trabajo a unas 330.000 personas, lo cual representa un gran aporte a la economía, además de que las regulaciones en la tributación los han incorporado de tal manera que también son una importante fuente de ingreso para el estado, vía impuestos.

El cantón Milagro se ha caracterizado por poseer una economía muy activa aunque informal, el comercio es la actividad predominante entre las Pymes, aunque también los negocios de servicios van en aumento, especialmente los relacionados con alimentación y diversión, crecen las ofertas especializadas y el sector comercial tiende a expandirse geográficamente. Además se han fortalecido negocios ubicados en barrios periféricos que se ha tornado muy comerciales desde hace aproximadamente una década.

5.3 JUSTIFICACIÓN

La tecnología de la información y la comunicación es una innovación que en el presente siglo crece a pasos acelerados y penetra en todas las actividades humanas, sean estas: legales, educativas, económica sociales. En el campo empresarial, el aporte de este tipo de tecnología es muy extenso y variado ya que depende de las necesidades de cada negocio, puede consistir en servicios de internet, diseño gráfico, creación multimedia, diseño de software. Tomando siempre en consideración que las expectativas en cada servicio puede ser muy modesta ya que el uso eficiente de las tecnologías en Pequeñas y medianas empresas ósea PYMES no es muy común.

Como parte de la formación profesional de los propietarios de las pymes es imprescindible que estos amplíen su visión en cuanto a los beneficios que puedan obtener del uso frecuente de la tecnología, de allí que se ha considerado que en el ámbito de los pequeños negocios del Cantón Milagro, existe un nicho de mercado en el cual se puede en primer lugar ayudarles a visualizar sus necesidades tecnológicas y posteriormente contribuir a satisfacerlas.

En décadas anteriores era muy común que las pequeñas y medianas empresas se auto abastecan en sus necesidades de elaboración de documentos, publicidad y marketing y sobre todo en los procedimientos internos de mantener los pagos y cobranzas al día, esto traía una serie de dificultades y pérdida de tiempo, ya que se descuidaban otras responsabilidades al interior del negocio. Una pequeña imprenta y un teléfono eran aparentemente suficientes para mantener al día el negocio, y algunos microempresarios aún siguen comportándose como si el tiempo se hubiera detenido en los años 80.

También se ha considerado que el manejo tecnológico demanda grandes conocimientos que el común denominador de las personas no poseen, por lo que muchas veces se ha tomado el camino más corto que es el de realizar tareas en forma manual y rutinaria. De allí que, crear un plan de capacitación en tecnologías de la información y comunicación para los dueños de las pymes del cantón Milagro, es una respuesta a las necesidades de modernizarse, mejorar la atención a sus clientes, mantener al día la documentación y sobre todo crear canales de comunicación con clientes, proveedores, organismos de control.

Esta es una propuesta factible ya que se cuenta con los conocimientos necesarios y la disponibilidad económica para realizar esta capacitación permitirá que pueda brindar este servicio a todos los dueños de las pymes que lo requieran y contribuir de este modo a fortalecer la actividad económica del cantón Milagro.

La propuesta es práctica porque el plan de formación que servimos en la capacitación le permitirá a los emprendedores utilizar eficientemente sus equipos informáticos si ya los poseen y en caso contrario podrán adquirirlos pero con conocimiento cierto de cuál es el uso que le van a dar y de qué manera este uso del recurso tecnológico va a fortalecer a las pequeñas y medianas empresas y mejorar sus ventas.

Los beneficiarios de esta propuesta, son todos los dueños de las pymes del cantón Milagro sean estos: comerciantes de bienes, ofertantes de servicios, pequeños industriales y agricultores que se encuentran dentro de la denominación de PYMES ya que para resolver cualquier duda relacionada con sus equipos y manejo de tecnología se los instruirá de manera práctica y eficiente para incrementar el desarrollo económico de los negocios.

5.4 OBJETIVO

5.4.1 Objetivo General

Satisfacer las necesidades de aprovechamiento de tecnología de la información y comunicación de los dueños de las pequeñas y medianas empresas del cantón Milagro, mediante la creación de un plan de capacitación con la intención de ayudar y causar una buena impresión sobre los negocios.

5.4.2 Objetivos Específicos

- Implementar el plan de capacitación en tecnologías de la información y comunicación con profesionales, brindando ayuda al desarrollo de las pymes entre la población seleccionada.
- Promover el aprovechamiento de la tecnología existente en las pymes.
- Acompañar a los propietarios en la solución de los problemas con sus equipos y software, solventando informáticamente los apuros del negocio basado en el conocimiento del funcionamiento de las empresas.

5.5 UBICACIÓN

Se lo realizara en el edificio de la Cámara de Comercio del Cantón Milagro, Provincia del Guayas, República del Ecuador. Está Ubicado en la dirección García Moreno Y Chile 219/esquina, Centro en la ciudad de Milagro.



Figura 14. Mapa ubicación física de la Cámara de Comercio del Cantón Milagro.¹

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

5.6 FACTIBILIDAD

5.6.1 Factibilidad Administrativa

La gestión administrativa ejecutara un cuidadoso programa de reclutamiento y selección a los postulantes que desearon ser aspirantes de las vacantes con el objetivo de fichar profesionales que tenga característica y cualidades sobre las áreas escudriñadas, donde laboraran actividades relacionada a su ocupación que se designara, con la finalidad de mejorar el plan de capacitaciones que se darán en la cámara de comercio para los dueños de las pymes de este cantón.

¹ Mapa de San Francisco de Milagro. Fuente. <https://www.google.com/maps/@-2.1265143,-79.5897013,2541m/data=!3m1!1e3>

5.6.2 Factibilidad Legal

Esta propuesta se sustenta en los principios sustentados en la constitución del Ecuador.- (Constitución de la República del Ecuador , 2008)

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:
numeral 2.- El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

Capitulo sexto, derechos de libertad cap. 66 Numeral 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Título VI Régimen de desarrollo Cap. Primero. Principios generales Art. 277 numeral 2.- Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley.

5.6.3 Factibilidad Técnica

En lo que concierne a la factibilidad técnica para dar una mejor capacitación contará con 3 profesionales que son competentes de capacitar y perfeccionar a los dueños y empleados de las pymes de este cantón en diferentes aéreas funcionales como en la área de contabilidad, área de marketing y en la área de informática además contamos con espacio físico lo cual al mismo tiempo damos la disposición ofrecer laboratorio de cómputo para las practicas sí que lo necesita.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Diagnóstico situacional. La capacitación está orientada en base a un plan de formación e innovación que les permitirá traerles beneficio en su rentabilidad de manera exclusiva a los empresarios de las pymes de diferentes ramas de la actividad económica establecidos en esta ciudad y que según datos proporcionados por el INEC asciende a 418 negocios formales.

Su razón de ser es optimizar el uso de los equipos que ya poseen y/o capacitarlos para que gradualmente integren sus negocios a la informatización de acuerdo a sus necesidades.

La situación detectada es que hasta el momento muchos emprendedores se han interesado por adquirir equipos de computación que no han podido aprovechar debidamente por lo que los ha destinado a usos sociales o de entretenimiento.

Otros emprendedores se muestran temerosos del cambio y prefieren mantenerse aferrados a sus prácticas tradicionales pero están conscientes que se están quedando rezagados por lo que estarían dispuestos a dejarse capacitar a fin de hacer más competitivos sus negocios.

Este plan de capacitación empleara sus horas teóricas y prácticas proyecta para 50 personas ya sean dueños o empleados de una Pyme de esta ciudad.

La intención es proporcionar a los propietarios alta calidad profesional enseñando a interactuar de manera que sea cordial y amable con la gente. Además idealizándole desde un principio que deben trabajar rápidamente en el nuevo ambiente que se realiza los negocios hoy en día porque se le fomentan conocimiento desde el momento que se proporcionan los catálogos a la población establecida sobre los temas de interés de aprendizaje que se dará en el programa de capacitación con la intención que entienda y aprendan el concepto sobre el proceso que traería a integrar en las PYMES las TIC's.

5.7.1 Actividades

ANÁLISIS FODA

Cuadro 18. Análisis FODA

| FACTORES INTERNOS | |
|--|---|
| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| Cuenta con equipos de última tecnología. | Dan uso inadecuado de los equipos tecnológicos. |
| Se cuenta con personal dispuesto a capacitarse. | Falta de confianza. |
| Contamos con el apoyo de la Cámara de comercio del cantón Milagro y de la UNEMI. | Escasas fuentes de financiamiento para equipamiento tecnológicos. |
| Se encuentra al alcance del bolsillo para los que deseen capacitarse. | Carencia de interés por participar. |
| FACTORES EXTERNOS | |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| Ausencia de competidores. | Falta de información. |
| Contamos con el convenio de la UNEMI. | Miedo al cambio. |
| Habrà más instituciones financiera que facilitara préstamos para los propietarios de las pymes de este cantón. | Puede ser por factor ambiental, económico y tiempo que le impiden en capacitarse. |

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

MATRIZFO-FA // DO-DA

Cuadro 19. Matriz FOFADODA

| | FORTALEZAS - F | DEBILIDADES - D |
|---|--|--|
| Creación de un plan de capacitación en tecnologías de la información y comunicación para los dueños de las pymes del cantón Milagro. | <ol style="list-style-type: none"> 1) Cuenta con equipos de última tecnología. 2) Se cuenta con personal dispuesto a capacitarse. 3) Contamos con el apoyo de la Cámara de comercio del cantón Milagro y de la UNEMI. 4) Se encuentra al alcance del bolsillo para los que deseen capacitarse. | <ol style="list-style-type: none"> 1) Dan uso inadecuado de los equipos tecnológicos. 2) Falta de confianza. 3) Escasas fuentes de financiamiento para equipamiento tecnológicos. 4) Carencia de interés por participar. |
| OPORTUNIDADES - O | ESTRATEGIAS - FO | ESTRATEGIAS - DO |
| <ol style="list-style-type: none"> 1) Ausencia de competidores. 2) Contamos con el convenio de la UNEMI. 3) Habrá más instituciones financiera que facilitara préstamos para los propietarios de las pymes de este cantón. | <ol style="list-style-type: none"> 1) Aplicar el convenio de la Cámara de comercio con la UNEMI concediendo sus laboratorios de cómputo para el aprendizaje del manejo de las TIC a los dueños de las Pymes. 2) Elaborar una capacitación de alto nivel que genere resultados en las pymes. | <ol style="list-style-type: none"> 1) Elaborar presupuestos de avance tecnológico para facilitar la aprobación de préstamos bancarios. 2) Capacitar en desarrollo de habilidades tecnológicas para las pymes. |

| AMENAZAS – A | ESTRATEGIAS – FA | ESTRATEGIAS - DA |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 1) Falta de información. 2) Miedo al cambio. 3) Factores económicos y tiempo impiden capacitarse. | <ul style="list-style-type: none"> 1) Transmitir a los propietarios de las pymes de este cantón información sobre la capacitación que se ofrecerá por medio de recursos publicitario que será brindado por la cámara de comercio y la UNEMI. 2) Orientar con profesionales competentes a la enseñanza y aprendizaje de las TIC's en los negocios, disminuyendo el miedo al cambio en los dueños de pymes. | <ul style="list-style-type: none"> 3) Enseñar por medio de la capacitación lo relacionado con el uso adecuado y el manejo de las TIC's en el crecimiento de las pymes. 4) Proponer proyectos de inversión a la banca privada para que financie el equipamiento de TIC en las pymes del cantón Milagro. |

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

ELABORACION DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

Este plan de capacitación proporciona en el primer modulo el manejo del nuevo sistema operativo que tiene hoy en día una computadora que es Windows 10 donde enseñamos que es un Software que funciona para todos tipo de dispositivos ya sea también portátil además contamos con el explorador de Windows o llamado también explorador de archivos donde instruimos las nuevas ventajas permitiendo tener acceso rápido a la información, conjuntamente situamos a las herramientas que brindan habilidades para el uso personal y de negocios como Microsoft Office Word y Microsoft Office Excel cuyos programas nos permite en facilitar las labores diarias de los empleados.

El segundo modulo nos permite proveer conocimiento y habilidades sobre el manejo de la contabilidad computarizada por medio de un programa informático llamado MONICA 8.0 que le proporcionara un fácil aprendizaje sin la necesidad de no saber mucho de contabilidad para ponerlo en práctica en su negocio además enseñaremos como dar mantenimiento a su PC permitiendo incrementar cualidades de tu ordenado como la velocidad.

El modulo final es el tercero con la conclusión de instruir a los propietarios de las pymes Milagreñas sobre marketing electrónico logrando que incursión en en nuevas aéreas que el internet nos otorga con el propósito de alcanzar en promocionar los negocios por medio de publicidades online consiguiendo resultados competentes.

Además, contamos con el comercio electrónico en la redes sociales obteniendo incrementos de costos y beneficios con las tiendas online consintiendo a enseñar en diseñar su página web del negocios.

Estrategia

- 1) Suministrar orientación referente de los objetivos que tenemos fijado a los clientes.
- 2) Proporcionar conocimiento de alto nivel profesional auxiliándose con su respectivo material didáctico que se le disponga al capacitador para los clientes.
- 3) Proveer facilidad en los horarios de capacitación, para motivarlos a que asistan y adquieran los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus negocios.

- 4) Brindar horarios de prácticas con internet gratuito apuntalando a desarrolla habilidades a los estudiantes con su respectivo capacitador que lo guie.
- 5) Seleccionar capacitadores de acuerdo a los requerimientos de las pymes, proporcionando una mayor seguridad de los conocimientos a impartir.
- 6) Brindar asistencia técnica vía correo, teléfono o personalizada.

ESQUEMA DE LA CAPACITACION

**Cuadro 20. MODULO 1
SISTEMA OPERATIVO**

| FECHA | TEMA | HORAS | HORARIO | RESPONSABLE |
|-----------------------|--------------------------|-------|-----------------------|--------------------------|
| 01/07/16- 03/07/16 | WINDOWS 2010 | 6 | 18:00PM A 20:00 PM | CAPACITADOR 1 |
| 03/07/16- 06/07/16 | EXPLORADOR DE WINDOWS | 6 | 18:00PM A 20:00 PM | |
| 08/07/16- 15/07/16 | WORD | 14 | 18:00PM A 20:00 PM | |
| 15/07/16- 30/07/16 | EXCELL | 28 | 18:00PM A 20:00 PM | |

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

Cuadro 21. MODULO 2

CONTABILIDAD COMPUTARIZADA Y MANTENIMIENTO DE LOS EQUIPOS

| FECHA | TEMA | HORAS | HORARIO | RESPONSABLE |
|-----------------------|---|--------------|------------------------|--------------------------|
| 01/07/16- 14/07/16 | MONICA 8.0 | 28 | 18:00PM A 20:00 PM | CAPACITADOR 2 |
| 16/07/16- 22/07/16 | LIMPIEZA INSTALACION Y EMSABLAJE DE EQUIPO | 14 | 18:00 PM A 20:00 PM | |

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

Cuadro 22. MODULO 3

MARKETING ELECTRONICO Y PAGINAS WEB

| FECHA | TEMA | HORAS | HORARIO | RESPONSABLE |
|-----------------------|---|--------------|-----------------------|--------------------------|
| 01/07/16- 07/07/16 | PUBLICIDAD ONLINE | 14 | 18:00PM A 20:00 PM | CAPACITADOR 3 |
| 07/07/16- 14/07/16 | COMERCIO ELECTRONICO EN REDES SOCIALES | 14 | 18:00PM A 20:00 PM | |
| 15/07/16- 22/07/16 | TIENDAS ONLINE | 14 | 18:00PM A 20:00 PM | |

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

Determinación de los recursos publicitarios

Por tratarse de una capacitación que brindara beneficios para las pymes del cantón Milagro se manifestaron apoyos de diversas instituciones que utilizarán todo los recursos para posicionarse, lo cual se diseñara una página Web y se abrirá una página de Facebook donde se dará a conocer los servicios que se ofrecen.

Se elaborará un video para promoción televisiva en los canales Tele Milagro y Milagro City para ofertar los servicios que se dará en la capacitación. Además, se contratará anuncios en el semanario "LA VERDAD", logrando obtener visita directa de cada uno de los dueños de pymes.

5.7.2 Recursos, análisis financiero

Análisis Financiero

Recursos Humanos:

| | | |
|---|--|------|
| 2 | Directores: | 1000 |
| | • Director de Planificación | 500 |
| | • Director de Coordinación y Seguimiento | 500 |
| 3 | Capacitadores: | 4500 |
| | • Capacitador 1 | 1500 |
| | • Capacitador 2 | 1500 |
| | • Capacitador 3 | 1500 |

Recursos Materiales:

| | | |
|---|-----------------------|-----|
| | Materiales didácticos | 400 |
| | • 100 Carpetas c/u. | 50 |
| | • 100 Plumas c/u. | 30 |
| | • 100 Hojas c/u. | 20 |
| 1 | Refrigerio | 300 |

Recursos Financieros:

| | | |
|--|--------------------------------------|-----|
| | Otros Recursos Financieros | 500 |
| | • Alquiler de sala de clases | 200 |
| | • Alquiler de Laboratorio de computo | 300 |

Total de Costos \$6400

FINANCIACIÓN DEL PROYECTO

Cuadro 23. *Financiación*

| | INGRESOS | EGRESOS |
|---|----------|---------|
| CAMARA DE COMERCIO | \$6400 | |
| DIRECTORES DE PROYECTO | | \$1000 |
| CAPACITADORES | | \$4500 |
| MATERIALES DIDACTICOS | | \$400 |
| ALQUILER DE AULA Y EQUIPOS DE COMPUTACION | | \$500 |

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

Cuadro 24. *Financiación del Modulo 1*

| | INGRESOS | EGRESOS |
|---|----------|---------|
| CAMARA DE COMERCIO | \$2133 | |
| DIRECTORES DE PROYECTO | | \$330 |
| CAPACITADORES | | \$1500 |
| MATERIALES DIDACTICOS | | \$138 |
| ALQUILER DE AULA Y EQUIPOS DE COMPUTACION | | \$165 |

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

Cuadro 25. *Financiación del Modulo 2*

| | INGRESOS | EGRESOS |
|---|----------|---------|
| CAMARA DE COMERCIO | \$2133 | |
| DIRECTORES DE PROYECTO | | \$330 |
| CAPACITADORES | | \$1500 |
| MATERIALES DIDACTICOS | | \$138 |
| ALQUILER DE AULA Y EQUIPOS DE COMPUTACION | | \$165 |

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

Cuadro 26. *Financiación del Modulo 3*

| | INGRESOS | EGRESOS |
|---|----------|---------|
| CAMARA DE COMERCIO | \$2133 | |
| DIRECTORES DE PROYECTO | | \$300 |
| CAPACITADORES | | \$1500 |
| MATERIALES DIDACTICOS | | \$138 |
| ALQUILER DE AULA Y EQUIPOS DE COMPUTACION | | \$165 |

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

El proyecto será financiado parcialmente por la cámara de comercio de Milagro. El costo de los alquileres de aula y equipos de cómputo serán donados por la UNEMI previo convenio de la universidad con la cámara de comercio, y por esta ocasión el sueldo de los directores de proyecto también serán donados por los autores del presente estudio.

5.7.3 Impacto

La creación de un plan de capacitación en tecnologías de la información y comunicación está diseñado a la modernización de las pymes Milagreñas ya que marcaran la diferencia entre las empresas consolidadas y de prestigio y dará la iniciativa para hacer los cambios en el campo de las soluciones informáticas que son imprescindibles para mejorar el servicio, y los ingresos económicos.

Impacto económico

En el ámbito del impacto económico traerá beneficios para los dueños de las pymes que conseguirá en ahorrar tiempo y simplificarlos trámites y procesos, que le cederá aumentar la productividad y obtener más ingresos, lo cual permitirá que los empleados se sientan cómodos en ese entorno laboral logrando que obtenga confianza y seguridad de que no haya despidos inesperados consiguiendo que las economía de esta ciudad aumente.

Impacto social

Brinda una mejora total a la sociedad en la que vivimos el conocimiento de las nuevas tecnologías de las pymes no solo al dueño de la empresa mejora también a los empleados y facilitara el desarrollo del sociedad, mejorando las productividad empresarial de la ciudad atrayendo nuevas inversiones y creando nuevas empresas que brindaran más plazas de trabajo mejorando así la calidad de vida de la sociedad. Cabe recalcar que socialmente no solo mejorara en lo monetario también se mejora en conocimientos en preparación para que así los empleados estén capacitados para poder trabajar en cualquier empresa ya que contarán con los debidos conocimientos estando así a la vanguardia tecnológica que se exige en estos tiempos.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 27. Cronograma

| ACTIVIDADES | 2016 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|-------|---|---|---|--------|---|---|---|------------|---|---|---|---------|---|---|---|
| | Junio | | | | Julio | | | | Agosto | | | | Septiembre | | | | Octubre | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Presentación de la propuesta a la Cámara de Comercio del cantón Milagro. | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Determinar las necesidades de capacitación. | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Reuniones con los dueños de las Pymes. | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración del plan de capacitación. | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ejecutar el convenio con la UNEMI y otras instituciones. | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| Periodo de inscripciones para la capacitación. | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| Ejecución del plan de capacitación. | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Evaluación de resultados obtenidos en la capacitación. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Se ejecutarán algunas técnicas para la investigación posterior a la aplicación del proyecto, como la encuesta y la entrevista a los propietarios de las pymes, por el cual se obtendrá información que aportará a las mejoras de la propuesta si se repite en el futuro.

Por ende, la evaluación de la propuesta se lo hará con el seguimiento de cómo va evolucionando la programación que se estableció en el plan de capacitación para obtener un nivel de satisfacción de los integrantes del proyecto.

6. CONCLUSIONES

- ✓ Según la encuesta a los dueños y empleados coinciden en que es muy necesaria la implementación de la tecnología de información y comunicación en el desarrollo comercial de las PYMES del Cantón Milagro.
- ✓ En la actualidad existe muy poco no hay personal especializado para el manejo de tecnología en las PYMES del cantón Milagro.
- ✓ Se pudo corroborar en nuestro análisis que la falta de desarrollo tecnológico en la mayoría de los casos se debe a la resistencia al cambio de los propietarios de las PYMES del cantón Milagro.
- ✓ El mal uso de las TIC'S se debe a la falta de conocimiento debido a la falta de capacitaciones para el uso correcto de estas tecnologías en las Pymes del cantón Milagro.
- ✓ La falta de entidades que brinden los recursos financieros para que las empresas tengan los recursos para invertir en el desarrollo de las TIC'S en las Pymes del cantón Milagro.

7. RECOMENDACIONES

- ✓ Dar a conocer a los dueños y empleados todos los beneficios y la productividad que genera la implementación tecnología de información y comunicación en el desarrollo de las PYMES del cantón Milagro.
- ✓ Elaborar un proyecto de capacitaciones en las TIC's para los dueños y el personal con el fin de que estos adquieran todos los conocimientos necesarios y los utilicen en las PYMES del cantón Milagro.
- ✓ Motivar a los propietarios de las Pymes de este cantón por medio de capacitación respecto a las ventajas que generan las TIC's. en los negocios actualmente.
- ✓ Capacitadores que cuenten con los conocimientos necesarios para instruir de manera correcta a los dueños y empleados de las PYMES del cantón Milagro.
- ✓ Elabora un proyecto de financiamiento con diferentes entidades financieras públicas o privadas y asociaciones comerciales, teniendo así la capacidad de obtener préstamos, y poder tener los recursos económicos necesarios para el desarrollo de las PYMES del cantón Milagro.

Bibliografía

- Barrios, Y. (31 de Julio de 2012). *La Importancia de la Capacitación*. Obtenido de <http://www.pymempresario.com/2012/07/la-importancia-de-la-capacitacion/>
- Business Angel. (24 de Febrero de 2010). *Modelo Intelect (EUROFORUM, 1998)*. Obtenido de <http://blog.m2mmarketplace.com/2010/02/modelo-intelect-euroforum-1998/>
- Camar de Comercio de Guayaquil. (2010). *El comercio electrónico en Ecuador avanza* . Obtenido de <http://www.carmaxrentacar.com/comercio-electronico-ecuador.html>
- Castellano Méndez, J. (2003). PyMES INNOVADORAS. CAMBIO DE ESTRATEGIAS E INSTRUMENTOS. *Revista Escuela de administración de negocios*, 47. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20604702>
- Código de comercio. (26 de Junio de 2012). *Disposiciones preliminares , art. 2*. Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-de-Comercio.pdf>
- Código de Comercio. (Junio de 26 de 2012). *Capítulo II Derechos y Obligaciones de los consumidores, art. 4*. Obtenido de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/07403.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Artículo 16*. Obtenido de <http://www.utelvt.edu.ec/NuevaConstitucion.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador . (2008). Asamblea Nacional Constituyente en Montecristi, Manabí,.
- Debitoor. (2014). *Definición de e-commerce*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-ecommerce>
- Definición.com. (2014). *Definición de Pyme*. Obtenido de <http://definicion.de/pyme/>
- Definición.com. (2015). *Definición HTML*. Obtenido de <http://definicion.de/html/>

- Enroke. (2012). *Las PYMES emplean al 88% de los trabajadores* . Obtenido de <http://grupoenroke.com/index.php/noticias/21-las-pymes-emplean-al-88-de-los-trabajadores>
- Falconí, M., & Zambrano, A. (Octubre de 2011). *ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA REGIÓN CENTRAL DEL PAÍS Y PROPUESTA DEL MODELO DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO POR COMPETENCIAS*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4992/1/T-ESPEL-0863.pdf>
- INEC. (2010). *Motor Económico de las Pymes*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- INEC. (2010). *Número de las pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/osticket_sp/view.php?id=28321
- Ines. (2010). *Qué es un CRM*. Obtenido de <http://www.inescrm.es/nuestras-soluciones/que-es-un-crm.88.html>
- Instituto Latinoamericano de Comercio Electronico. (28 de Abril de 2016). *El marketing digital negocios por internet*. Obtenido de <http://www.einstituto.org/site/>
- Ledón, P. (2013). *Las tecnologías de información para las Pymes*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/las-tecnologias-informacion-para-pymes/>
- Lemes, A., & Machado, T. (07 de Enero de 2014). *LAS PYMES Y SU ESPACIO EN LA ECONOMÍA LATINOAMERICANA*. Obtenido de <http://www.eumed.net/eve/resum/07-enero/alb.htm>
- Ley de Comercio Electronico. (2013). *Firmas electrónicas y mensajes de datos*. Obtenido de <http://barzallo.com/DOCUMENTOS%20WEB/LEGISLACION/Comercial/DocWord/LEY%20DE%20COMERCIO%20ELECTRONICO.doc>

Ley de Compañías. (2012). *Disposiciones Generales, art. 6*. Obtenido de <http://www.barzallo.com/DOCUMENTOS%20WEB/LEGISLACION/Comercial/DocWord/LEY%20DE%20COMPANIAS.doc>.

Ley de Comunicación. (2010). *Art. 33. Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación*. Obtenido de <http://www.arcotel.gob.ec/>

Ochoa, M., Valdez, M., & Geovanny, Q. (2007). *Innovación, tecnología y gestión tecnológica*. Obtenido de http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol16_4_07/aci081007.html

Peréz Quesada, C. (31 de Mayo de 2007). *Las TICs y la Capacitación*. Obtenido de <https://carlosperezquesada.wordpress.com/2007/05/31/las-tics-y-la-capacitacion/>

PYMES ECUADOR. (s.f.). PYMES. Recuperado el 30 de septiembre de 2014, de http://www.cepal.org/dmaah/noticias/paginas/8/28248/equipo_ecuador.pdf

Real Academia España. (2014). *Concepto de centralizada*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=8G0JeD7>

Real Academia Española. (2014). *Concepto de hipertexto*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=KRjKpj5>

Real Academia Española. (2014). *Concepto de mercadear*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=OyDgAIF>

Servicios de Rentas Internas. (s.f.). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/32>

SRI. (2014). *Concepto Pymes*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32>

SRI. (2015). *Que son los Pymes*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/32>

Superintendencia de Compañías. (12 de Enero de 2011). *Artículo décimo segundo*. Obtenido de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/niif/Resol_No_SC_Q_ICI_CPAIFRS_11_01.pdf

Valero, M. (6 de Noviembre de 2014). *Las nuevas tecnologías cambian el entorno laboral.*

Vera Quintana, C. (10 de Agosto de 2008). *Historia dle Interne ene el Ecuador.*
Obtenido de <http://es.slideshare.net/cveraqa/historia-internet-ecuador>

World Wide Web. (2015). *Que es el World Wide Web.* Obtenido de
<http://es.smeet.com/glosario/internet/world-wide-web>

ANEXOS

ANEXO 4: Análisis de plagio

www.doccode.cl/app/#/report/573e6c9a3bc2a

Doccode

Volver al sitio Volver a la APP

Reporte de originalidad

| | |
|-----------------------------|---|
| Archivo analizado | TESIS de Ricardo Veloz y Gustavo Veloz 2a (Reparado).docx |
| Peso | 109591 |
| Nº de palabras analizadas | 19965 |
| Fecha de solicitud | 23/05/2016 16:23 |
| Fecha de entrega de reporte | 23/05/2016 16:43 |

Índice de plagio **3.3%**

[Handwritten signature in blue ink]

Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

ANEXO 2: Formato de las encuestas



Universidad Estatal de Milagro

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

Encuesta dirigida a los administradores de las PYMES de la ciudad de Milagro

Objetivo: Es recopilar información necesaria que se aplicara con absoluta reserva para la investigación.

Instrucciones: En las siguientes preguntas marca con una "X" en el cuadro la respuesta que usted escoja.

DATOS DEL ENCUESTADO

SEXO: MASCULINO FEMENINO

NIVEL DE ESTUDIO: PRIMARIA SECUNDARIA NIVEL SUPERIOR POSGRADO OTROS

EDAD: 18-28 29-39 40 en adelante

PREGUNTAS

1. ¿A qué sector económico pertenece el negocio?

- Agricultura.
- Comercial.
- Industria.
- Servicios.

2. ¿Cuál es el tiempo que tiene el negocio?

- Menos de un año.
- Entre 1 a 3 años.
- Entre 3 a 5 años.
- Más de 5 años.

3. La persona que administra el negocio es:

- Dueño.
- Familiar del dueño.
- Empleado.

4. Entorno al negocio ¿Cuál ha sido el comportamiento en cuanto al crecimiento del mismo?

- Satisfactorio.
- Medianamente satisfactorio.
- Poco satisfactorio.
- Insatisfactorio.

5. En cuanto al desarrollo de las actividades ¿El negocio cuenta con tecnología informática?

- Totalmente.
- Parcialmente.
- Ninguna.

6. Respecto al negocio dispone usted de personal especializado en esta área para tener una mejor gestión administrativa:

- Poco.
- Todos.
- Ninguno.

7. ¿Conoce usted de negocios de esta ciudad que invierta en su capital de trabajo para adaptarse más rápido a la Tecnología informática?

- Mucho.
- Poco.
- Ninguno.

8. Le convendría para las Pymes de este cantón en realizar investigaciones de mercados para lograr una mejor posición comercial, usted esta:

- Totalmente de acuerdo.
- Poco de acuerdo.
- En desacuerdo.

9. Con respecto a la expansión empresarial, el financiamiento que llevan las Pymes del Cantón Milagro será:

- Excelente.
- Muy Bueno.
- Bueno.
- Regular.
- Malo.

10. ¿Considera necesario que las PYMES Milagreñas, deberían emplear la tecnología informática para el desarrollo comercial del Cantón?

- Muy necesario.
- Necesario.
- Poco necesario.
- No es necesario.

ANEXO 3: Formato de las entrevistas



Universidad Estatal de Milagro

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

Esta entrevista está dirigida a los administradores de las PYMES de la ciudad de Milagro

ENTREVISTA

Nombre de la empresa: _____

Nombre del entrevistado: _____

Puesto: _____

1. ¿Qué lo motivo a ponerse este tipo de negocio?

2. ¿Cómo define usted la Tecnología en informática?

3. ¿Qué piensa usted acerca del impacto que trae la Tecnología en informática para las PYMES del cantón Milagro?

4. ¿Usted consideraría que la tecnología en informática es una herramienta que le permite gestionar mejor su negocio? ¿Porque?

5. Según su perspectiva ¿Qué consecuencias traería, si lograra implementar la tecnología informática en su negocio?

6. Según su criterio ¿Cuál sería la manera más adecuada sin considerar la tecnología en informática para gestionar el negocio?

7. ¿Su negocio como se encuentra actualmente?

8. ¿Cómo visualiza usted el desarrollo socioeconómico del Cantón Milagro con respecto a la cultura tecnológica en unos futuros 5 años?

9. ¿Considera cual sería los beneficios para el negocio si pensaría en añadir la Tecnología en informática?

10. ¿Qué consejos le daría a los dueños de las PYMES Milagreñas que quieran implementar la tecnología en informática?

ANEXO 4: Figuras de las encuestas



Universidad Estatal de Milagro

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

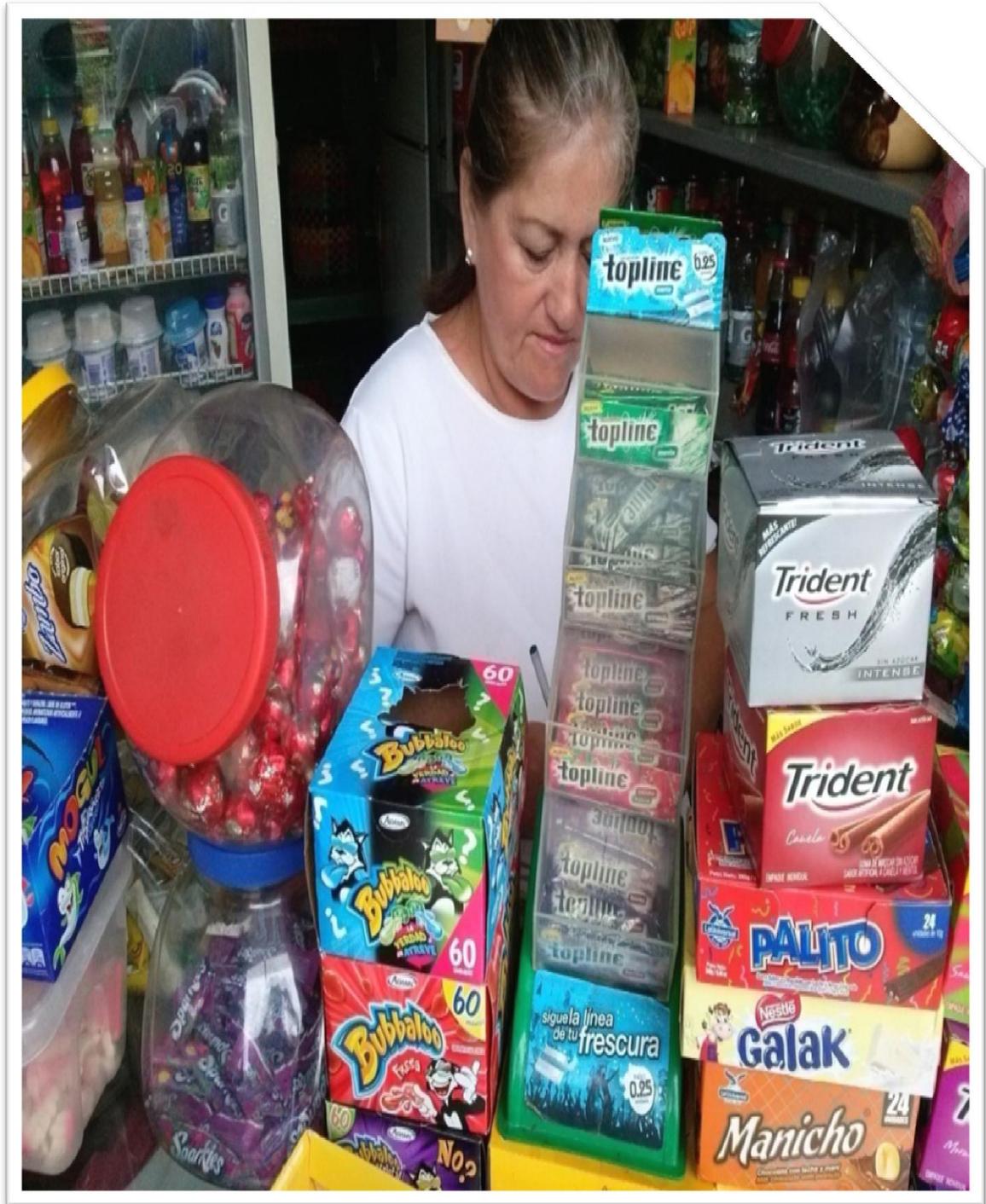
ENCUESTAS REALIZADAS A LOS DUEÑOS DE LAS PYMES DEL CANTÓN MILAGRO

Figura 15. Encuestas



Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

Figura 16. Encuestas



Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

ANEXO 5: Figuras de las entrevistas



Universidad Estatal de Milagro

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

ENTREVISTA REALIZADA AL DUEÑO DE LA PYMES DEL CANTÓN
MILAGRO

Figura 17. Entrevistas



Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.

Figura 18. Entrevistas



Elaborado: Ricardo Manuel Veloz Carrión y Gustavo Xavier Veloz Carrión.